



With the financial support from the Fundamental Rights
and Citizenship Programme of the European Union

REACT

Manuale operativo per attività educative
sui discorsi d'odio e sulla costruzione di una contro narrativa

Il contenuto di questa pubblicazione non riflette la posizione ufficiale dell'Unione Europea. La responsabilità delle informazioni e delle opinioni ivi espresse ricade unicamente sugli autori.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

INTRODUZIONE

REACT, che in inglese significa “reagisci”, è anche l'acronimo di *Respect and Equality: Acting and Communicating Together - Rispetto e uguaglianza: agire e comunicare insieme*, ed è il titolo del progetto coordinato dall'Arci che offre la cornice a questo manuale operativo.

React (<http://www.reactnohate.eu/>) è un progetto che mira a contrastare il fenomeno dell'incitamento all'odio online tramite gli sforzi congiunti di 12 associazioni in 5 diversi stati europei – Italia, Spagna, Germania, Francia, Regno Unito – ed è co-finanziato dall'Unione Europea nel quadro del programma “Rights, Equality and Citizenship”.

Dopo una prima fase di monitoraggio e analisi qualitativa e quantitativa degli atti di incitamento all'odio online e l'identificazione di esempi efficaci di contro narrativa, il progetto ha previsto la realizzazione di percorsi educativi all'interno della scuola indirizzati a ragazze e ragazzi tra i 13 e i 18 anni al fine di coinvolgerli nella costruzione di una campagna di contro narrativa, partecipando ad una importante sfida: promuovere rispetto e uguaglianza sul web, con l'idea che, dopo aver partecipato al percorso educativo proposto, sarebbero diventati loro stessi agenti di cambiamento, intervenendo sui social network per diffondere dei contenuti positivi che si contrappongano a quelli ostili, razzisti e discriminatori.

Se infatti le manifestazioni di odio, aggressività e razzismo sono sempre più diffuse in rete e i contenuti dichiaratamente ostili o violenti tendono ad essere normalizzati, è anche vero che il web rappresenta al tempo stesso uno spazio in cui coltivare gli ‘anticorpi’ per questo fenomeno. Attraverso i social network quelli che un tempo erano unicamente utenti sono oggi anche produttori di contenuti, e in quanto tali suscettibili di essere educati, guidati verso la possibilità di proporre una narrazione, una lettura della realtà, alternativa a quella impregnata d'odio.

Il contesto scolastico dà prova di essere estremamente ricco di potenzialità: i percorsi educativi proposti intendono agire sulla costruzione di un pensiero critico e puntano al rafforzamento dell'empatia, mirando al tempo stesso a sviluppare responsabilità e protagonismo. Per farlo, risulta fondamentale coinvolgere attivamente i destinatari con un approccio partecipativo che li veda protagonisti creativi di pratiche di contro narrativa.

La sfida proposta ai formatori è tutt'altro che semplice: guidare ragazze e ragazzi a costruire una propria risposta all'odio, a proporsi come agenti di cambiamento, promotori di valori basati sulla cooperazione, sulla responsabilità individuale, sulla cittadinanza attiva, opponendosi attivamente al processo di accettazione sociale del razzismo e dell'odio.

Questo *educational toolkit* è concepito come un sussidio per chi decide di cimentarsi con questa sfida. È una piccola guida per realizzare laboratori all'interno di classi di scuola o in ambito extrascolastico con gruppi di giovani, per condurli in un percorso di acquisizione di consapevolezza su cosa sono i discorsi d'odio, quanto sono diffusi, quanto possono far male e come loro possono prendere attivamente posizione e contribuire a ridurne la diffusione e a smorzarne gli effetti nefasti attraverso la contro narrativa.

La prima parte presenta i risultati emersi, le raccomandazioni, le buone prassi e le strategie in materia di contro narrativa evidenziate dalle analisi realizzate nei diversi paesi, illustrate dove possibile con esempi, a partire dalla definizione di alcuni concetti chiave.

La seconda parte si compone di schede pratiche di attività da proporre a giovani ragazze e ragazzi in classe o in altri contesti di comunità.



With the financial support from the Fundamental Rights
and Citizenship Programme of the European Union

Il progetto React è stato realizzato da un partenariato composto dalle seguenti organizzazioni:

Aiksaath (England)

<http://www.aiksaath.com>

Awo (Germany)

www.awo-aqua.de

Carta di Roma (Italy)

<http://www.cartadiroma.org>

Cittalia (Italy)

<http://www.cittalia.it>

La Ligue de l'enseignement (France)

<http://www.laligue.org>

Ldh (France)

<http://www.ldh-france.org>

Rota (England)

<http://www.rota.org.uk>

SOS Racismo Gipuzkoa (Spain)

<http://www.mugak.eu>

UNAR (Italy)

<http://www.unar.it>

Universitat de Barcelona (Spain)

<http://www.ub.edu/web/ub/en>

Uvic (Spain)

<http://www.uvic.cat/en>



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Parte 1 - Contro narrativa in contrasto ai discorsi d'odio online: definizioni ed esperienze

Le attività di ricerca condotte nei cinque Paesi partner del progetto REACT – Italia, Francia, Spagna, Germania e Regno Unito – hanno identificato diverse iniziative e strategie di contro narrativa mirate al contrasto dei discorsi d'odio online. L'indagine è stata condotta principalmente mediante interviste a rappresentanti delle istituzioni, ad organizzazioni della società civile che lottano contro il razzismo, la xenofobia e l'*hate speech* e ad attivisti ed esperti nel settore dei media. Il concetto di contro narrativa è molto ampio, come si spiegherà meglio più avanti, per questo le iniziative e le strategie identificate nei cinque paesi mostrano una notevole diversificazione, andando da campagne tradizionali implementate da soggetti istituzionali e progetti finanziati dall'Unione Europea ad iniziative bottom-up realizzate da attivisti dei media e della società civile; da azioni online ad azioni offline; da interventi locali di comunità ad attività transnazionali.

1. Qualche definizione

Il discorso d'odio

La definizione di discorso d'odio, a cui spesso ci si riferisce con il termine inglese *hate speech*, è tutt'oggi dibattuta ed istituzioni ed esperti ne hanno proposto diverse versioni. La più completa e recente è contenuta nella *Raccomandazione di politica generale n. 15 della Commissione europea contro il razzismo e l'intolleranza del Consiglio d'Europa (ECRI)* del 21 marzo 2016 relativa alla lotta contro il discorso dell'odio. Qui il concetto viene così definito: «si intende per discorso dell'odio il fatto di fomentare, promuovere o incoraggiare, sotto qualsiasi forma, la denigrazione, l'odio o la diffamazione nei confronti di una persona o di un gruppo, nonché il fatto di sottoporre a soprusi, insulti, stereotipi negativi, stigmatizzazione o minacce una persona o un gruppo e la giustificazione di tutte queste forme o espressioni di odio testé citate, sulla base della "razza" del colore della pelle, dell'ascendenza, dell'origine nazionale o etnica, dell'età, dell'handicap, della lingua, della religione o delle convinzioni, del sesso, del genere, dell'identità di genere, dell'orientamento sessuale e di altre caratteristiche o stato personale».

Si tratta tuttavia di un concetto complesso che merita di essere approfondito. Cercando di definire i diversi tipi di contenuti ed espressioni che possono essere classificate come *hate speech*, sono state identificate le seguenti categorie:

1. *Hate speech* esplicito diretto specificamente ad una categoria di persone definite in base alla loro appartenenza ad una comunità etnica, al loro genere, alla loro cultura o alla loro religione, associato all'incitamento alla discriminazione o alla violenza nei loro confronti. Questa forma di discorso d'odio è la più esplicita e ricade più facilmente nell'ambito di una risposta giuridica.
2. Discorso che consiste nella generalizzazione di pregiudizi verso una categoria di persone a cui vengono attribuite caratteristiche negative, comprese false affermazioni finalizzate a rinforzare i pregiudizi, ma senza incoraggiamento alla violenza.
3. Insinuazioni usate in modo distorto, anche definite "discorso d'odio nascosto". Viene usato ad esempio nella narrazione di una notizia o nell'uso di esempi storici falsificati al solo scopo di alimentare l'odio.
4. Discorso d'odio non verbale: disegni, fotografie, memes, fotomontaggi... che possono essere ricondotti alle categorie sopra descritte.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Molti intervistati hanno inoltre evidenziato la relazione tra stereotipizzazione e hate speech, tra la semplificazione della complessità e il rischio di una percezione distorta, e come ciò sia esacerbato da un contesto in cui la velocità della disseminazione dell'informazione non consente di monitorarne i contenuti. Quando si manifesta online, infatti, l'hate speech presenta alcune peculiarità:

- la permanenza: l'odio manifestato online rimane attivo per lunghissimi periodi di tempo e la sua propagazione viene ogni volta riattivata da un'azione compiuta da altri a partire dalla prima manifestazione (un like, un commento, una condivisione...);
- il possibile ritorno: le espressioni d'odio che vengono rimosse dal web possono ritornare facilmente grazie ad una diversa forma o titolazione;
- l'anonimato, forse la più importante tra le caratteristiche dell'hate speech online: la possibilità di rimanere anonimi genera negli utenti l'errata sensazione di poter evitare le conseguenze e ne facilita la diffusione.

Pur con sostanziali differenze tra Paese e Paese, si registra un significativo incremento dell'hate speech soprattutto online, favorito dalla pervasività dei nuovi mezzi di comunicazione, dalla velocità dei "rimbalzi", dalle possibilità di anonimato e dall'assenza di adeguati controlli. Al di là del colore o orientamento dei governi nei vari Paesi, in Europa il clima politico complessivo è attualmente caratterizzato da una diffusa propaganda xenofoba e razzista, alimentata da movimenti cosiddetti "sovranisti", populisti o di destra più o meno estrema, e da un forte atteggiamento di ostilità verso gli stranieri.

In risposta a questa tendenza è largamente espressa dagli interlocutori ascoltati in tutti i paesi l'esigenza di mettere in atto iniziative di contrasto e sensibilizzazione a più livelli: sia da parte della società civile, sia da parte del mondo del giornalismo, della scuola e della cultura, sia infine da parte delle istituzioni.

La contro narrativa

Istituzioni e organizzazioni della società civile mostrano un crescente interesse nella costruzione e implementazione di contro-narrative come strumento per combattere il razzismo e i discorsi d'odio. Alcune organizzazioni lavorano in questa prospettiva da anni, sebbene non sempre vi si riferiscono esplicitamente con questo termine.

La contro narrativa è stata descritta in molti modi, ma tutte le definizioni hanno in comune un aspetto 'reattivo', ovvero sono concepite come una risposta contro qualcosa o in reazione ad un evento o ad una narrazione. Un concetto molto affine ma che presenta una sfumatura diversa è quello di narrativa alternativa. In questo caso si fa riferimento ad un discorso che, più che contrapporsi in maniera reattiva, sceglie di deviare dal discorso *mainstream* e di presentare una prospettiva diversa su un argomento di dibattito corrente, o di affrontare un argomento che non è solitamente coperto dai media *mainstream*. In sintesi una narrativa alternativa racconta una storia diversa da quella proposta dal discorso discriminatorio o di odio in relazione a temi come la diversità, le migrazioni e l'interculturalità. Ai fini del presente studio verranno utilizzati indistintamente i due termini, facendo riferimento all'aspetto che li accomuna: l'intenzione di scardinare il racconto prevalente improntato all'ostilità riguardo a specifiche categorie di persone.

Non è semplice delimitare ciò che si intende esattamente quando si parla di contro narrativa o di narrativa alternativa. Si tratta di concetti ampi che possono essere applicati quasi ad ogni iniziativa che si ponga l'obiettivo di contrastare il razzismo o il discorso d'odio e che può essere comunicata attraverso differenti media, compresi video, hashtags, memes, post sui social media, articoli su blog o su giornali e riviste online e offline.

Contro narrativa e narrativa alternativa sono in genere adottati dai diversi attori per la loro duplice funzionalità: quella di decostruire pregiudizi e odio e di correggere la cattiva informazione e quella di persuadere i lettori e gli utenti dei media online a prendere in considerazione diversi punti di vista, prospettive ed esperienze.

Usare la contro narrativa significa avere l'ambizione di rispondere ad una narrativa vieppiù diffusa nel contesto europeo o addirittura modificarla, fornendo corrette informazioni, disseminando prospettive mancanti, decostruendo pregiudizi e stereotipi, fornendo contro argomentazioni e offrendo ai gruppi minoritari l'opportunità di parlare.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union





With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

2. Buone pratiche internazionali di contro narrativa

I risultati emersi dalle attività di ricerca del progetto REACT

Presentiamo di seguito le buone pratiche e le strategie individuate nei cinque paesi partner del progetto REACT relative al tema del presente manuale: lavorare con i giovani nella costruzione di una contro narrativa. I cinque rapporti nazionali sono disponibili al seguente indirizzo: <http://www.reactnohate.eu/resources/project-research-reports/>.

Nel complesso, la formazione specifica di bambini e adolescenti sin dalla giovane età è stata spesso indicata da molti degli intervistati come strumento chiave per il contrasto dell'*hate speech* e per sviluppare la capacità - sempre più cruciale - di distinguere le *fake news* dalle informazioni affidabili.

In quest'ottica alcuni degli intervistati, specialmente quelli che lavorano nel campo dei media, hanno sottolineato l'importanza di educare sia le persone comuni sia i professionisti del settore della comunicazione alla non-diffusione di ciò che può essere considerato discorso d'odio o *fake news*. Il successo dei contenuti postati in rete viene misurato *de facto* dal numero di visualizzazioni, *like* ricevuti e condivisioni effettuate. Ciò significa che una determinata tipologia di post potrebbe essere diffusa non solo intenzionalmente, ma anche solo per caso, o addirittura nel tentativo di segnalarlo o criticarlo. Risulta dunque ancor più importante lo sviluppo di meccanismi interni di allarme, come il fermarsi a riflettere prima di condividere qualcosa sui canali social, verificare le fonti di ciò che viene postato, contrastare eventualmente una determinata notizia non corretta le cui fonti sono sconosciute o sospette con la diffusione di informazioni provenienti da canali verificati. Questo, tuttavia, richiede che le persone siano dotate di tutti gli strumenti necessari all'identificazione e alla decostruzione di informazioni false o che possano essere considerate discorsi d'odio.

Lo studio realizzato in Francia all'interno del progetto REACT indica le scuole come i luoghi migliori per imparare a contrastare il fenomeno dell'*hate speech* online. I diversi interlocutori contattati convergono sulla proposta di creare un programma scolastico apposito su internet e le sue applicazioni, incluso l'uso che ne viene fatto per la diffusione di messaggi d'odio. Il Ministero dell'educazione francese (*Ministère de l'Éducation Nationale*), del resto, ha già definito dei programmi di studio incentrati sulla diffusione delle informazioni attraverso i canali informatici. L'obiettivo è educare gli studenti ad adottare un atteggiamento di "distacco critico" nei confronti di ciò che vedono su internet in modo tale da sviluppare il loro potenziale di discernimento, offrendo loro gli strumenti per sviluppare uno sguardo distaccato da ciò che ascoltano, vedono o leggono. Parallelamente il Ministero ha definito programmi di studio ad hoc inerenti l'etica e l'educazione civica. Si tratta però di programmi piuttosto recenti, non ancora pienamente messi in atto e per i quali non sono stati ancora definiti i piani di formazione degli insegnanti.

Emerge in generale la necessità di una certa innovazione per ciò che riguarda gli strumenti da utilizzare: i materiali visivi - brevi video, meme, infografiche - andrebbero privilegiati, perché particolarmente adeguati a diffondere più facilmente i messaggi sui diversi canali social. Tanto più sono semplici e immediati, tanto più sono in grado di raggiungere i *target group* più giovani. Anche la brevità è un fattore importante: i video con una durata compresa tra 1 e 2 minuti sono molto adatti ad essere diffusi rapidamente sui canali social.

La capacità di stare al passo con i nuovi formati digitali e di comunicare con dei destinatari sempre più giovani rappresentano fattori determinanti per il successo di molte campagne online. E in questa direzione rendere partecipi in qualità di produttori i giovani, dando loro ampia visibilità, diventa un elemento fondamentale. Ad esempio, sono apparsi molto significativi i video in realtà virtuale sviluppati da Sos Racisme Catalunya per contrastare l'islamofobia e le gifs di reazione realizzate da un'emittente radio indicata nello studio tedesco al fine di aiutare i moderatori della sezione "commenti" all'interno del sito web dell'emittente, per smorzare i toni ove necessario.

Un altro aspetto essenziale della contro narrazione, emerso in diverse interviste, è la sua capacità di incoraggiare la partecipazione attiva di coloro che generalmente vengono indicati come "maggioranza silenziosa", stimolandoli a non limitarsi a condividere le iniziative. Lo studio italiano in particolare sottolinea l'importanza di tenere presente questo obiettivo sin dalla progettazione di una campagna, dalla selezione dei contenuti all'impostazione della strategia comunicativa, alla scelta della piattaforma / dei canali da usare a seconda del *target group*.

Riguardo ai contenuti e valori da comunicare, il cosiddetto "approccio umanitario" - che consiste nell'appellarsi direttamente alle persone come esseri umani, che in quanto tali sono tutti portatori degli stessi diritti - è spesso



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

proposto dagli attori istituzionali (come ad esempio in Spagna), in pieno accordo con quanto stabilito dalle linee guida "We Can..." elaborate dal Consiglio D'Europa. Altri intervistati hanno proposto invece di fare appello alle emozioni positive delle persone, per ribadire il concetto di esseri umani "uniti", in aperta contrapposizione alla classica narrativa d'odio "noi contro loro". Altri ancora, principalmente quelli citati dallo studio italiano, indicano l'identificazione di fatti obiettivi, documentati e verificabili come punto d'inizio nella costruzione di qualsiasi attività di contro narrazione, con lo scopo di decostruire i messaggi d'odio.

Correggere la disinformazione è considerato come uno degli aspetti più importanti della contro narrazione nel Regno Unito, concentrandosi nel rispondere al discorso d'odio con fatti e immagini che contrastano direttamente la cattiva informazione. Allo stesso tempo, tuttavia, alcuni intervistati hanno evidenziato come l'uso di dati precisi potrebbe in alcuni casi contribuire alla polarizzazione delle posizioni. Qualunque sia il tono del messaggio, infatti, resta di cruciale importanza evitare di generare una narrativa a sua volta discriminatoria, cadendo ad esempio nella trappola di usare "a fin di bene" i meccanismi tipici dell'*hate speech*, come l'uso di un linguaggio discriminatorio, la generalizzazione o il riferimento a determinate categorie come "capri espiatori".

Conclusione comune a tutti e cinque le ricerche nazionali è che la semplice presentazione di fatti e statistiche ha una efficacia limitata. I casi di studio, la narrazione in prima persona e le storie vissute sono strumenti di contro narrazione o narrativa alternativa molto più efficaci.

Analisi di una selezione di azioni di sensibilizzazione e di *media education* nelle scuole o in altri contesti giovanili

Presentiamo di seguito una selezione di esperienze di sensibilizzazione e di *media education* realizzate nelle scuole o in altri contesti giovanili nei cinque paesi partner. Queste sono state identificate come buone prassi sulla base del criterio di 'trasferibilità del modello': le soluzioni organizzative attivate sono state analizzate focalizzando l'attenzione su quegli elementi "di successo" di una iniziativa che possono essere più o meno integralmente esportati e risultare parimenti efficaci. L'obiettivo infatti era di identificare esperienze e pratiche da cui gli stakeholder di altri Paesi potessero attingere per fronteggiare problematiche simili, applicando approcci metodologici già sperimentati in contesti analoghi.

In ciascun Paese sono state selezionate ed analizzate le iniziative di contro narrazione caratterizzate dall'efficacia, l'innovatività e l'originalità:

- *Realizzazione di strumenti molto efficaci e di facile utilizzo.* Il modulo formativo prodotto dal progetto BRICKS del COSPE, rivolto ad insegnanti ed formatori, è pensato come "strumento pratico" per mettere in piedi in classe attività di contrasto all'*hate speech* e può essere utilizzato da chiunque voglia proporre attività e laboratori sul tema nelle classi. Un altro esempio è rappresentato dal progetto Debate//de:hate realizzato in Germania dalla Fondazione Amadeu Antonio, che propone laboratori nelle scuole basati su un metodo educativo incentrato da un lato sull'informazione e la sensibilizzazione e dall'altro sulla capacità di reazione.
- *Utilizzo di strategie comunicative incisive.* Per esempio, in Germania #nichtegal (YouTube/Creators4Change) coinvolge ogni anno dei famosi Youtubers come "modelli" o testimonial, mentre il No Hate Speech Movement realizza dei brevi video, clip divertenti ma con alto valore informativo per sensibilizzare. Molto efficace risulta anche il video "Change your skin" realizzato dalla ONG SOS Racisme Catalunya, che usa la realtà virtuale per fare esperienza dell'islamofobia.
- *Umore.* Anche l'umorismo può rappresentare una efficace strategia comunicativa: in Spagna, la Fundacion Secretariado Gitano ha creato "Payo today", un "finto" giornale distribuito a tutti i giornalisti, in cui si mostrano notizie relative a persone note "non Rom" utilizzando termini dispregiativi che sono normalmente usati per riferirsi alle comunità Rom. Sempre in Spagna, il progetto Proxi insiste sulla necessità di parlare ai giovani utilizzando il loro stesso linguaggio, fatto di immagini, video brevi, memes e umorismo; gli argomenti di contro narrazione utilizzati tendono a richiamare le emozioni positive e a stimolare l'empatia.
- *Promozione del protagonismo e della voce dei ragazzi.* Un significativo esempio è rappresentato dal progetto Underadio di Save the Children Italia, una web radio fatta dai ragazzi per i ragazzi che tratta tematiche a loro vicine. Il principio di base è quello della loro partecipazione "trasparente, informata, rilevante, volontaria, rispettosa, inclusiva, supportata dalla formazione per gli adulti, sicura, sensibile al rischio e responsabile". Questo progetto ha al centro la promozione del ruolo attivo dei giovani nella prevenzione e lotta contro la



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

- xenofobia e il razzismo online
- Valorizzazione della diversità. È il principale elemento innovativo per il *Black Training and Enterprise Group*, che si autodefinisce “una organizzazione volta al futuro”. Per questa organizzazione, che nel Regno Unito promuove progetti per giovani appartenenti a minoranze etniche (BAME) tra gli 11 e i 30 anni, la valorizzazione delle diversità consiste nello sviluppare il talento di persone con background, esperienze e punti di vista differenti, riconoscendone le abilità individuali e in qualche modo uniche. La capacità di attivare una vasta rete di soggetti caratterizza il progetto Runnymede Trust.
- Ideazione di strumenti di semplicissima attuazione e minimi costi di realizzazione. La *Task Force Hate Speech* di Amnesty International Italy si presenta come un progetto alla “portata di tutti”, nel senso che l’attività di monitoraggio richiede solo una piattaforma elettronica (uno smartphone o un pc) per attivarsi in qualsiasi momento e ciascun attivista agisce in base alla propria disponibilità di tempo.
- Creazione di data base online completi ed accessibili. Lo ha fatto in Italia il progetto *Cronache di ordinario razzismo* creando uno strumento unico, in assenza di altri siti od organizzazioni dediti a monitorare con attenzione questo tipo di episodi dal punto di vista qualitativo.
- Mettere insieme soggetti appartenenti ad ambiti diversi in un’unica rete, per creare sinergie ed incoraggiare lo scambio reciproco. In Germania, il movimento No Hate speech rappresenta un network di numerosi partner appartenenti al campo della politica, dei media, delle organizzazioni umanitarie e di iniziative antirazziste e anti discriminazioni guidate da “new German media pundits” La capacità di attivare una vasta rete di soggetti caratterizza anche Runnymede Trust in UK.
- Creare movimenti dal basso (Grass-root movement) che coinvolgono volontari, come nel caso di Ich bin hier e.V. (#ichbinhier) in Germania.

Tra le esperienze realizzate nell’ambito scolastico o in altri contesti giovanili si illustrano di seguito quelle che ci sono sembrate più complete e significative.

1. BRICK - Building Respect on the Internet by Combating Hate Speech – COSPE¹

Tra le azioni di sensibilizzazioni e di educazione ai media identificate, il progetto portato avanti in Italia dalla ONG COSPE chiamato “BRICK - Building Respect on the Internet by Combating Hate Speech” (2014-2016) è particolarmente interessante. Il loro obiettivo è la lotta alla diffusione via internet di discorsi d’incitamento all’odio contro i migranti e coloro che appartengono a gruppi minoritari attraverso l’educazione multimediale e il coinvolgimento attivo di utenti e produttori di contenuti web. Il progetto, finanziato dal programma Europeo sui “Diritti Fondamentali e Cittadinanza” (Fundamental Rights and Citizenship), è stato realizzato in Italia, Belgio, Germania e Repubblica Ceca. Tra le principali attività e i risultati ottenuti vanno segnalati il primo studio italiano su giornalismo, immigrazione ed *hate speech* “L’odio non è un’opinione” (Hate speech is not an opinion); uno studio europeo e un manuale per social media manager su come prevenire e contrastare l’odio online; un programma formativo sull’*hate speech* e l’educazione ai media indirizzato alle scuole e composto da unità didattiche (kit multimediale)²; un percorso laboratoriale nelle scuole secondarie e per i giornalisti, con riconoscimento dei crediti formativi per gli iscritti all’Associazione.

In particolare, il modulo formativo, rivolto ad insegnanti ed formatori, ha ottenuto un buon successo come strumento di contro narrazione ed è stato tradotto e utilizzato anche da altri soggetti. Una nuova edizione era in corso di realizzazione al momento dell’analisi.

Principali punti di forza

- Differenziare i destinatari delle azioni e progettare attività mirate per ciascun target, agendo su più fronti con strumenti e messaggi diversi.

¹ <https://www.bricks-project.eu/>

² https://www.cospe.org/wp-content/uploads/2016/09/Modulo_bricks.pdf



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

- Unire off-line e on-line. Accanto alle campagna online, ad esempio, i risultati del progetto sono stati presentati nell'ambito di iniziative di più ampio respiro, che riguardano ambiti tematici non dedicati esclusivamente all'*hate speech*, in modo da raggiungere target diversi.
- Interagire e coinvolgere professionisti di formazione e con competenze diverse (giuristi, esperti di web marketing, formatori, attivisti...), per analizzare il fenomeno da punti di vista differenti.
- Lavorare contemporaneamente sia con i produttori dell'informazione (in particolare online) sia con le scuole, cercando di sfruttare le potenzialità dei social media e non considerandoli solo come fonte di pericolo.

2. Debate//de:hate - Amadeu Antonio Foundation

L'unione di interventi offline e online è ancora più rilevante nell'iniziativa realizzata in Germania con il progetto Debate//de:hate, portato avanti dalla Fondazione Amadeu Antonio. Il progetto si impegna nella diffusione di una cultura del dibattito democratica e comprende due componenti principali: da un lato, il "Debate", indirizzato ad adolescenti, insegnanti e specialisti socio-educativi con l'obiettivo di fornire durante specifici laboratori gli strumenti e la metodologia migliore per gestire episodi di *hate speech* e diffondere una cultura democratica del dibattito. Dall'altro lato, invece, il "de:hate", che affronta il concetto da un punto di vista più teorico, in base ai risultati di un continuo monitoraggio: il team sviluppa e testa contromisure per combattere l'incitamento all'odio, in collaborazione con attori pubblici e operatori dei social media, attraverso quello che hanno definito *digital streetwork*, ovvero 'lavoro di strada' digitale. Il primo livello di prevenzione dunque agisce sulla società civile (in particolare sui giovani) offline, mentre il secondo livello è di prevenzione online.

Principali punti di forza

- Combinazione di elementi online e offline. Il focus principale della Fondazione Antonio Amadeu è quello di dotare la società civile delle abilità necessarie, sia online che offline, attraverso una continua informazione sia web che tradizionale.
- Network. La Fondazione Antonio Amadeu, è membro di numerose reti di scambi professionali e anche co-fondatrice dell'iniziativa "Facebook's Online Civil Courage".
- Analisi. Il progetto si concentra sulla comprensione delle origine e delle cause dell'*hate speech* (cultura pubblica e dibattiti politici riportati dai media).
- Riconoscimento e credibilità. Il successo del progetto è altresì misurato dalla sua accettazione nei social media, dalle richieste da parte di stampa, club, piattaforme, politica e pubblicazioni.

3. Underadio - Save the Children Italia

Un altro progetto significativo rivolto ai giovani e realizzato dai giovani è Underadio di Save the Children Italia, una web radio che nasce nel 2011 per dar voce ai ragazzi sul tema del contrasto a tutte le forme di discriminazione. Nello specifico, l'obiettivo è quello di coinvolgere i giovani in azioni di sensibilizzazione, informazione e comunicazione utilizzando le nuove tecnologie digitali (web-radio e podcasting) per promuovere la tutela dei diritti, favorire l'integrazione, contrastare fenomeni di discriminazione e intolleranza in contesto scolastico ed extrascolastico. Il programma coinvolge circa 1.500 studenti di scuole secondarie di primo e secondo grado in tre città (Torino, Roma e Napoli), per un totale di 36 scuole, a cui si sono aggiunte per l'a.s. 2017/2018 altre 3 scuole (nelle province di Macerata e Ascoli Piceno). Studenti e studentesse sperimentano il lavoro di redazione giornalistica radiofonica contribuendo all'ideazione del palinsesto e proponendo eventi di sensibilizzazione con il supporto di un team di adulti. Il contesto di riferimento è la scuola, all'interno della quale vengono realizzati laboratori ed attività di sensibilizzazione (inclusa la formazione dei docenti), ma le attività si estendono anche all'ambiente extrascolastico. Dal punto di vista metodologico, il principio di base è quello della partecipazione significativa dei ragazzi ("trasparente, informata, rilevante, volontaria, rispettosa, inclusiva, supportata dalla formazione degli adulti, sicura, sensibile e responsabile"). Nel 2018, in occasione



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

del 21 marzo, è stata organizzata una maratona radiofonica sul tema dell'*hate speech*, a cui si è accompagnata una campagna social completamente realizzata dai ragazzi dal titolo #oltreodio.

Principali punti di forza

- Capacità di partire dal punto di vista dei ragazzi: i promotori della radio sono i ragazzi stessi, la campagna #oltreodio è stata completamente ideata e costruita con loro.
- Ottimo rapporto costi / benefici: i costi del progetto, in proporzione al numero di destinatari diretti e indiretti raggiunti, sono contenuti. Inoltre l'iniziativa non dipende da finanziamenti esterni.
- Utilizzo / attivazione di competenze trasversali e specifiche. Attraverso l'esperienza della webradio, i ragazzi risultano professionalizzati in ambiti quali il giornalismo e il mondo comunicativo/redazionale in genere.
- Potenza ed efficacia della redazione radiofonica come contenitore/catalizzatore educativo.

4. Black Training and Enterprise Group (BTEG)

Infine, tra le iniziative individuate e indirizzate ai giovani, vanno menzionate quelle promosse dalla Black Training and Enterprise Group (BTEG), un'organizzazione benefica impegnata nella realizzazione di opere sociali per giovani ragazzi tra i 20 e i 30 anni di colore, asiatici o appartenenti a minoranze etniche (BAME). Si tratta di un'organizzazione sociale che supporta una rete di oltre 1200 gruppi di volontari e associazioni comunitarie in Inghilterra. La BTEG offre programmi educativi *ad hoc* per i giovani ed è impegnata nell'elaborazione delle politiche di sviluppo sociale a livello nazionale e in azioni di ricerca. Collabora con altre organizzazioni contro le discriminazioni razziali e si è distinta come interlocutore di rilievo per ciò che riguarda le tematiche inerenti i BAME e il sistema giudiziario criminale (CJS). Tra i progetti innovativi loro stessi segnalano Routes2Success, una iniziativa sviluppata in una comunità londinese che si basa sull'uso di "role model", cioè che impiega volontari "di successo" di diversa formazione culturale e nazionalità (Africani, Caribici, Asiatici, Arabi) per ispirare i giovani ragazzi e ragazze tra gli 11 e i 25 anni appartenenti a minoranze etniche ad aver successo nei campi dell'educazione, del lavoro e dell'imprenditoria³.

Principali punti di forza

- Il focus sul talento. Le diseguaglianze razziali soffocano il talento di molti giovani BAME; l'organizzazione fornisce loro gli strumenti per aver successo nella vita: risorse, tecnologia e assistenza.
- L'autoaffermazione: l'organizzazione aspira a motivare ed ispirare i singoli ad agire secondo le proprie idee e a sviluppare il loro potenziale.
- La capacità di valorizzare la diversità.

Gli strumenti di lavoro presentati nella Parte 2, così come l'impostazione dei laboratori sperimentati nei cinque paesi partner nell'ambito del progetto REACT, si basano in larga misura sugli elementi emersi nello studio transnazionale.

³ <http://bit.ly/1kkm2kH>



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

3. Lavorare con i giovani nella costruzione di una narrativa alternativa al discorso d'odio: la metodologia sperimentata nei laboratori del progetto REACT

I giovani rappresentano un pubblico essenziale nell'uso dei social network: utilizzano quotidianamente gli smartphone, comunicano via messaggi, video e immagini, ma soprattutto rappresentano il futuro. Accrescere la loro consapevolezza oggi e fornire loro gli strumenti per identificare e trasformare il discorso d'odio significa investire su una popolazione adulta sensibilizzata. Per questa ragione il progetto REACT ha scelto di lavorare con i giovani di cinque paesi europei nella creazione di progetti audiovisivi.

Struttura, obiettivi e risultati attesi

Nell'ambito del progetto REACT sono stati realizzati 29 laboratori in altrettante città dei 5 paesi partner, coinvolgendo complessivamente quasi 720 studenti e studentesse tra i 14 e i 18 anni.

Ciascun laboratorio ha previsto la realizzazione di 5 o 6 incontri in classe della durata di circa due ore, realizzati in un arco temporale di circa due mesi, per un totale di circa 146 incontri.

Questa struttura è il risultato di una mediazione tra un approccio partecipativo, basato sul *learning by doing* e su pratiche di identificazione, che richiede tempi lunghi, e le esigenze curricolari delle classi. Gli incontri sono stati quindi cadenzati in modo da offrire ai ragazzi l'opportunità, tra un appuntamento e l'altro, di riflettere e confrontarsi con gli insegnanti sulle emozioni emerse nell'incontro precedente, di approfondire con letture personali, di fare spazio dentro di sé a quanto appreso ed eventualmente ridiscuterlo con il formatore / educatrice all'incontro successivo.

Gli incontri sono stati suddivisi in due fasi: la prima è stata dedicata a far riflettere sulle possibili conseguenze dei pregiudizi e dei messaggi violenti e aggressivi online; la seconda fase è stata impiegata per la costruzione di una campagna di contro narrativa insieme ai ragazzi e alle ragazze.

Gli obiettivi didattici che ci si è posti nella strutturazione del laboratorio possono così essere descritti:

- Educare al pensiero critico, condurre gli studenti a sviluppare consapevolezza su ciò che è dato per scontato ma poi appare parziale o falso;
- Condurre gli studenti a rendersi conto di come i contenuti – in particolare quelli parziali, falsi e discriminanti o addirittura aggressivi ed improntati all'odio – sono diffusi attraverso i media, ed in particolare i social media, e di quali sono i rischi sociali che ne conseguono;
- Costruire insieme agli studenti modi di contrastare la diffusione d'odio e diffondere invece contenuti di segno opposto, che costruiscano e disseminino una cultura di apertura, di confronto, di tolleranza e di rispetto;
- Sperimentare praticamente quanto acquisito nel percorso, attraverso la realizzazione di un video di contro narrativa.

I risultati attesi dei laboratori, in maniera speculare agli obiettivi perseguiti, sono stati così sintetizzati:

- Comprendere il significato di stereotipi e pregiudizi
- Riconoscere in quanto tali molti stereotipi e pregiudizi;
- Conoscere le cause o l'origine di alcuni stereotipi e pregiudizi;
- Comprendere in che modo internet e i social media sono utilizzati da singoli e da gruppi per diffondere intenzionalmente odio online;
- Apprendere strategie efficaci per contrastare la diffusione dell'odio online;
- Comprendere cosa sia la "contro-narrativa" e apprendere forme possibili di contro-narrativa, su cui si è sperimentato.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

L'importanza di produrre un cambiamento

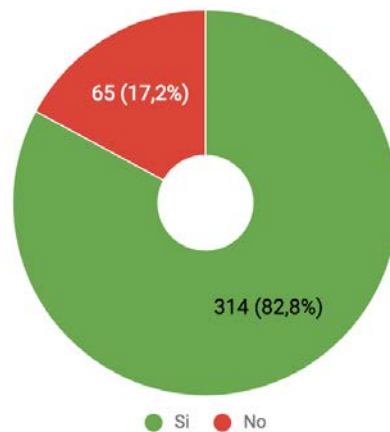
Per comprendere le ricadute prodotte attraverso le attività formative sui beneficiari sia diretti (i ragazzi) sia indiretti (gli formatori) il progetto React è stato accompagnato da una attività di valutazione d'impatto.

Per poter raccogliere evidenze in merito alle ricadute prodotte, sono stati elaborati e proposti sia ai ragazzi che agli formatori alcuni strumenti per rilevare le informazioni chiave (gradimento, opinioni, apprendimenti), che sono stati compilati durante tutto lo svolgimento dei laboratori. Per rendere più semplice e intuitiva da parte dei ragazzi la compilazione dei questionari, i moduli sono stati creati su una piattaforma dedicata, in modalità mobile in modo da poter essere completati con le proprie risposte/opinioni direttamente sul proprio cellulare. Laddove non è stata possibile la compilazione via web (ad esempio per le politiche scolastiche che vietano l'utilizzo di cellulari in classe) sono stati gli formatori a fornire i questionari in versione cartacea.

Durante il primo incontro è stato somministrato ai ragazzi un test di ingresso per determinare il loro livello di media literacy e soprattutto la loro conoscenza in merito ai fenomeni di odio online e alle possibili strategie di contrasto da mettere in atto. All'inizio delle attività molti dei ragazzi dichiarano di essere consapevoli del fatto che ci siano delle manifestazioni di odio all'interno degli spazi online:

DIDASCALIA DELLA FIGURA: [Riconosco che in alcuni siti o spazi online possono esserci manifestazioni di odio (verde = sì, rosso = no)]

I recognize that in some websites/online spaces there may be manifestations of hatred. (Green= yes red= no)



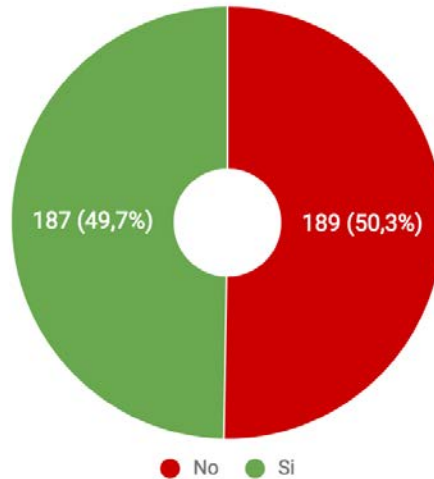
Non vi è però lo stesso livello di consapevolezza rispetto a quanto può essere agito per contrastare i fenomeni di odio: nel test il 50% degli studenti afferma di non sapere cosa è una contro-narrazione e come poter dare il proprio contributo. Questa informazione raccolta in fase iniziale ha rafforzato ulteriormente la convinzione di intervenire nelle classi non soltanto analizzando il fenomeno della discriminazione online ma fornendo agli studenti degli strumenti per poter agire e re-agire in prima persona:

DIDASCALIA DELLA FIGURA: [So cos'è una contro-narrativa e posso dare il mio contributo ad una campagna (verde = sì, rosso = no)]



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

I know what a counter-narrative is and I can give my contribution to a counter-narrative campaign. (green= yes red= no)



Alla fine dei laboratori è stato poi somministrato un questionario di gradimento ai ragazzi coinvolti⁴ per verificare se quanto appreso abbia realmente corrisposto alle loro aspettative e quali aspetti in particolare siano stati per loro più coinvolgenti. Il questionario prevedeva una modalità di risposta (in forma anonima) molto semplice per agevolare la compilazione: le domande erano chiuse (a parte le ultime due) e le risposte possibili erano codificate utilizzando il simbolo *Traffic light*:

verde: sì/positivo
giallo: non so/medio
rosso: no/negativo

La prima domanda riguardava la soddisfazione complessiva rispetto al percorso, e i dati confermano l'alto tasso di gradimento: oltre il 77% dei rispondenti ha espresso un giudizio positivo (green), che se sommati a coloro che hanno un giudizio medio, raggiungono la quasi totalità dei ragazzi (solo lo 0,7% ha espresso giudizio negativo).

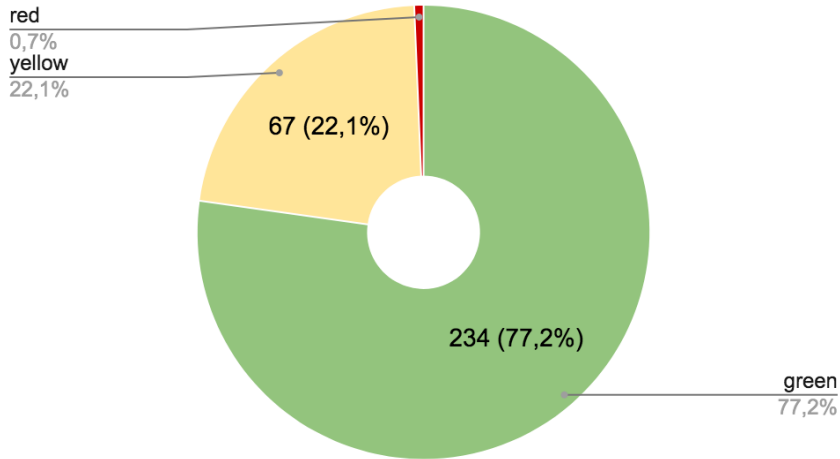
DIDASCALIA DELLA FIGURA: [Completivamente sei soddisfatto/a della tua esperienza in questo laboratorio? (verde = sì, giallo = abbastanza, rosso = no)]

⁴ Completivamente sono stati raccolti 303 questionari di gradimento su 720 partecipanti, pari al 42%.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Overall, are you satisfied with your experience in this workshop?



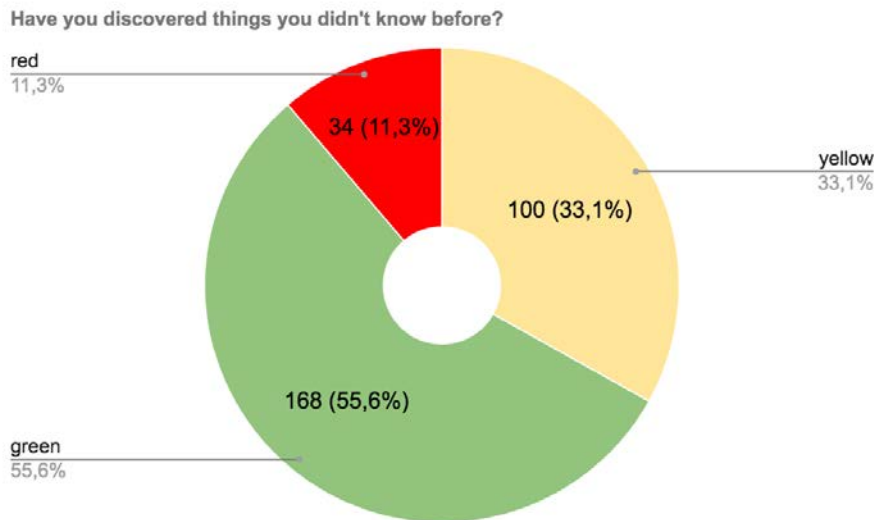
Complessivamente, più della metà dei ragazzi ha dichiarato di aver scoperto cose che non sapeva prima attraverso il laboratorio; questo è un dato abbastanza significativo sia rapportato alla media literacy rilevata inizialmente sia rispetto al fatto che nonostante l'utilizzo quotidiano di internet e la confidenza che gli adolescenti hanno nell'utilizzare i mezzi di comunicazione social, vi siano comunque molti aspetti ancora poco conosciuti ai giovani utenti, e la possibilità quindi di investire ancora nell'educazione ai media e nelle metodologie che coinvolgono i ragazzi nell'interpretazione e analisi critica di quello che trovano online.

Il racconto fatto dagli operatori ha aiutato a capire meglio quali argomenti/metodi sono stati una scoperta interessante per i ragazzi, ma già nelle risposte aperte compilate da loro stessi si può facilmente determinare come la produzione del video sia stato l'elemento che più di tutti ha colpito positivamente i ragazzi, confermando la scelta strategica di puntare su una formazione esperienziale che - coinvolgendo i partecipanti ad apprendere contenuti attraverso un lavoro collaborativo - portasse alla fine il gruppo a riconoscersi in un prodotto di comunicazione ideato, elaborato e diffuso da loro. Altro elemento più volte citato è stato il poter lavorare in gruppi, non solo nella fase di produzione del video ma anche nella fase precedente di analisi delle narrazioni online: molti ragazzi hanno apprezzato il poter discutere insieme di quello che viene rappresentato online e di come si creano i fenomeni di odio e discriminazione. I tempi contingentati sono stati percepiti anche dai partecipanti come un punto di debolezza dell'intero percorso: alla domanda "E infine, descrivi cosa secondo te dovrebbe essere migliorato" in molti hanno risposto che servirebbe più tempo in generale per poter produrre il video e per poter approfondire gli argomenti trattati.

DIDASCALIA DELLA FIGURA: [Hai scoperto cose che non conoscevi? (verde = sì, giallo = abbastanza, rosso = no)]

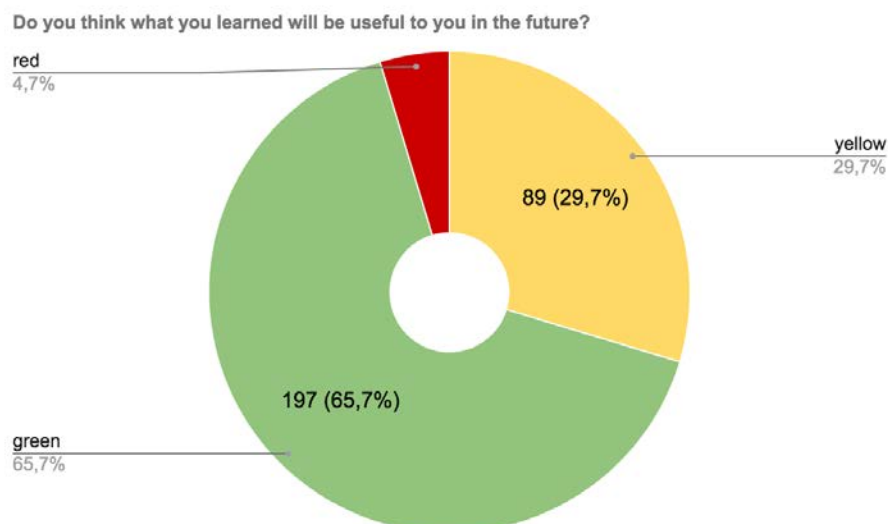


With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union



Un ulteriore aspetto di valutazione riguarda la percezione dei ragazzi rispetto all'utilità del laboratorio: oltre il 65% dei partecipanti ritiene che gli argomenti trattati possano certamente essere utili in futuro e quasi il 30%, pur non sbilanciandosi, lo ritiene probabile, mentre solo il 4,7% non è convinto:

DIDASCALIA DELLA FIGURA: [Ritieni di aver appreso cose che potranno esserti utili? (verde = sì, giallo = abbastanza, rosso = no)]



Il ruolo dei ragazzi nella diffusione della campagna di comunicazione

Una importante scommessa era riuscire a fare in modo che i ragazzi, oltre a partecipare attivamente ai laboratori, si impegnassero successivamente a collaborare attivamente nella campagna di comunicazione REACT. Questo aspetto ha



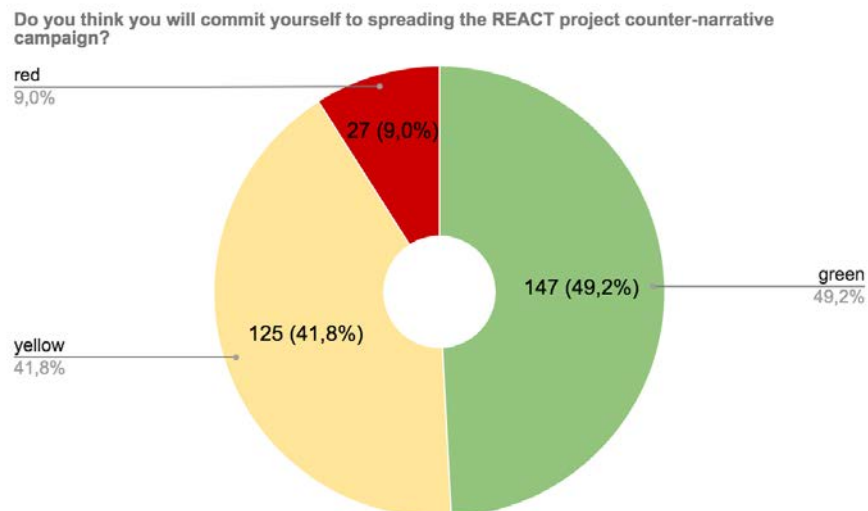
With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

rappresentato la dimensione più complessa dei laboratori. Era fondamentale, nella logica del progetto, adottare una strategia che assicurasse un vero e proprio cambiamento di attitudine nei partecipanti, come si è visto, e il modo più stringente per misurare questo cambiamento poteva essere proprio quello di vederli coinvolti attivamente nella diffusione della campagna di contro-narrativa che loro stessi avevano contribuito a costruire con i loro video.

Il vero successo dei laboratori, dunque, si sarebbe misurato su quanto i ragazzi si sarebbero sentiti emotivamente coinvolti dal lavoro svolto al punto da essere i principali testimoni della campagna di comunicazione. I risultati sono stati buoni, ma non hanno dispiegato tutte le potenzialità che ci si sarebbe aspettati dalla metodologia adottata e che ancora siamo convinti che essa abbia.

Alla fine dei laboratori è stata elaborata una domanda specifica nel questionario rispetto alla disponibilità dei ragazzi nella diffusione della campagna di comunicazione: nel 41,8% dei casi i ragazzi hanno espresso indecisione rispetto a questo genere di coinvolgimento attivo, e il 9% si è dichiarato non disponibile. Nonostante il giudizio estremamente positivo rispetto alle attività e ai contenuti appresi, sembra quindi che il passaggio dalla consapevolezza all'azione si riveli (come ampiamente previsto) abbastanza complesso: probabilmente il poco tempo a disposizione per i laboratori non ha consentito il necessario follow-up (magari attraverso una sessione specifica dedicata alla diffusione social della campagna e ai vari strumenti utilizzati) che avrebbe coinvolto i ragazzi anche rispetto ai risultati conseguiti online dai video da loro prodotti.

DIDASCALIA DELLA FIGURA: [Pensi che ti impegnerai nella diffusione della campagna online di contro-narrativa promossa dal progetto REACT? (verde = sì, giallo = abbastanza, rosso = no)]



E in effetti i ragazzi hanno positivamente ed attivamente collaborato alla diffusione della campagna solo per un lasso di tempo limitato alla durata delle attività in classe e al workshop di San Sebastian, su cui torneremo più avanti.

Il loro contributo alla diffusione della campagna online si è articolato secondo le inclinazioni personali, sia in termini di composizione del contenuto che di scelta del canale da utilizzare, concentrandosi in particolar modo in due fasi cruciali del progetto, in cui hanno documentato online il proprio impegno prima nella realizzazione e poi nella diffusione della campagna.

Fase I: la fase di preparazione dei video.

Durante la fase laboratoriale vera e propria, in cui i ragazzi sono stati coinvolti nella progettazione dei video, sono state protagoniste le foto: sui propri profili social, in particolare su instagram e facebook, i ragazzi hanno ampiamente documentato il backstage di realizzazione dei video, postando foto in cui erano alle prese con cartelloni utilizzati come supporto per la definizione del concetto di *hate speech*, attività di brainstorming, condivisione di plot narrativi, stesura



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

di progetti per la realizzazione dei video. La condivisione di questi momenti, rilanciati sui canali social ufficiali del progetto, ha avuto il valore di riuscire ad associare al “brand REACT” immagini di vissuti positivi di affiatamento e di coworking, che hanno inoltre contribuito a rafforzare il messaggio specifico della campagna. E' stato importante per questo obiettivo l'impegno delle scuole che hanno ospitato i laboratori: attraverso la pubblicazione dei post sui loro account ufficiali il messaggio è stato amplificato e “raccontato” anche ai compagni non direttamente coinvolti nel progetto, ai loro genitori, agli altri insegnanti e personale scolastico, alla comunità locale connessa con la scuola.

Fase II: l'incontro a Donostia.

In occasione del seminario transnazionale organizzato a San Sebastian nell'aprile 2019 nell'ambito del Donostia Human Rights Film Festival (di cui si racconta diffusamente nel prossimo paragrafo) lo strumento principale scelto dai ragazzi per comunicare la propria partecipazione al progetto sono stati i video. Brevissime instagram stories, dirette, brevi video che hanno documentato le attività svolte dai ragazzi a San Sebastian sono state ampiamente postate soprattutto su Instagram ma anche su Facebook. I video sono stati ricondivisi sugli account ufficiali della campagna. Le figure che seguono dimostrano che nel complesso i risultati ottenuti in termini di coinvolgimento dei ragazzi sono stati soddisfacenti.

RISULTATI FACEBOOK

Tutti i grafici hanno un picco di attività nel mese di aprile 2019, in cui si è svolto 'Donostia. San Sebastian International Film Festival' a cui hanno partecipato alcuni degli studenti coinvolti nel progetto React.

La copertura è organica (ottenuta naturalmente dal traffico utenti su facebook) o a pagamento (ottenuta tramite sponsorizzazioni a target mirati).

1102 reazioni: tutte le azioni che gli utenti hanno compiuto sui post, sia positive, come mi piace e love, sia negative come sigh e grr.



3080 persone coinvolte: utenti che hanno interagito con il post attraverso un clic, una reazione, un commento o una condivisione



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union



320.572 persone raggiunte: i fan che hanno visto il post nella propria sezione notizie; amici di fan che hanno visto nella propria sezione notizie la condivisione da parte del loro amico del post della pagina; fan o altri utenti che hanno visto il post all'interno della pagina

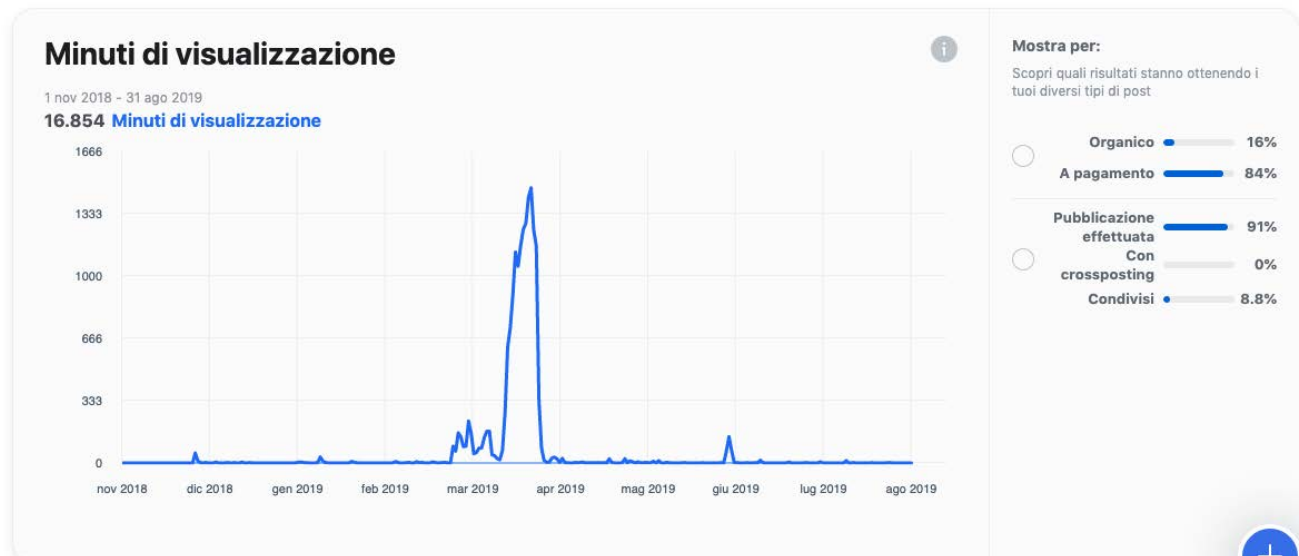


Dati relativi ai video:





With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union



Il video contest e la partecipazione al Donostia Film Festival on Human Rights

Al fine di offrire uno stimolo supplementare ai giovani partecipanti, il progetto REACT prevedeva che il percorso laboratoriale si concludesse con la selezione di un video per paese. In ogni paese è stata quindi formata una commissione composta da esperti di comunicazione da un lato e di anti-razzismo / contrasto all'*hate speech* dall'altro. Ciascuna commissione nazionale ha selezionato uno dei video prodotti dalle classi del paese che avevano condotto il laboratorio REACT. La classe vincitrice ha avuto l'opportunità di presentare - attraverso una delegazione composta da 5 studenti e studentesse accompagnati da un'insegnante - il proprio video al Donostia Human Rights Film Festival (https://www.zinemaetagizaeskubideak.eus/2019/index.php?option=com_content&view=article&id=174&Itemid=79&lang=en).

Durante il festival i circa 25 studenti, oltre a presentare i loro lavori in pubblico, hanno partecipato ad un seminario di una giornata con esperti europei di comunicazione sociale e attivisti dei social media, durante la quale hanno lavorato insieme per rafforzare ed arricchire la campagna e lanciarla sui social network.

Nel corso del seminario sono stati organizzati anche incontri con persone di diversi background geografici, etnici, religiosi e culturali che vivono nella città di San Sebastian, persone appena giunte e persone che vi abitano da sempre. L'idea era di fare in modo che i ragazzi li conoscessero attraverso i loro nomi e cognomi, le loro storie di vita, le loro specificità individuali e professionali, la loro esperienza migratoria etc., al di là delle solite categorizzazioni stereotipate.

Al fine di creare una immagine comune per le produzioni audiovisive da realizzare durante il workshop di Donostia, sono stati creati diversi prodotti informativi caratterizzati dalla stessa grafica e dallo stesso stile: è sembrato il modo più semplice ed efficace per identificare i video che i partecipanti avrebbero creato nel corso dei lavori ed inoltre dava ai prodotti una connotazione interattiva che avrebbe favorito il coinvolgimento di ragazzi e ragazze.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union



Adesivi identificativi su cui i ragazzi hanno scritto il proprio nome e cognome. Per identificare rapidamente i partecipanti e creare senso di appartenenza (i partecipanti erano tutti collegati e connessi da un'unica veste grafica).



Cartoline informative con gli hashtags usati dal progetto e dai diversi partner che lo stavano implementando nei social media. Per stimolare a condividere il loro lavoro con il gruppo esteso di persone che a diverso titolo contribuiscono alla realizzazione del progetto, aumentandone la visibilità.



Ciack con l'immagine grafica del progetto, personalizzabile da ciascuno da inserire all'inizio dei video, per creare un filo conduttore grafico che unisse tutti i video realizzati durante il laboratorio di Donostia.

L'interesse e la partecipazione attiva dei giovani sono state eccellenti. L'impostazione dei lavori prevedeva una forte interazione tra gli studenti provenienti dalle diverse scuole; all'inizio, tuttavia, i ragazzi si sono suddivisi per paese, tendendo a restare con i compagni che già conoscevano. Durante lo svolgimento del workshop, però, loro stessi hanno sentito la necessità di mischiarsi e lavorare insieme agli altri, aprendosi all'interazione tra i diversi gruppi nazionali e



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

mettendosi in gioco e sotto sforzo per superare le barriere linguistiche. In questa occasione hanno dimostrato una spiccata attitudine a scambiare idee, esperienze e punti di vista in maniera attiva e positiva.

I diversi gruppi di ragazzi così ricostruiti, ciascuno accompagnato da un esperto, si sono cimentati con la creazione di brevi video di contro narrativa ideati da loro, per poi pubblicarli sui profili social di REACT, dove sono tutt'ora visibili.

La collaborazione con gli esperti è stata proficua ed ha stimolato il lavoro creativo, offrendo l'opportunità di confrontarsi con professionisti della comunicazione sociale e di produrre lavori di più alta qualità formale e contenutistica. Ma è stato soprattutto l'incontro con gli *stakeholder* (immigrati giunti da poco o di lunga data, giovani rifugiati e richiedenti asilo...) che ha rappresentato un'occasione difficilmente ripetibile per degli adolescenti europei: entrare personalmente in relazione con persone con diversi background, acquisendo conoscenze e informazioni dirette su di loro in una condizione di scambio e di riconoscimento reciproco paritetico. Il modo in cui i ragazzi del progetto REACT hanno condotto le interviste con loro testimonia la loro sensibilità e la loro apertura a guardare alla realtà in una nuova prospettiva, talvolta divergente da quella con cui erano giunti a Donostia.

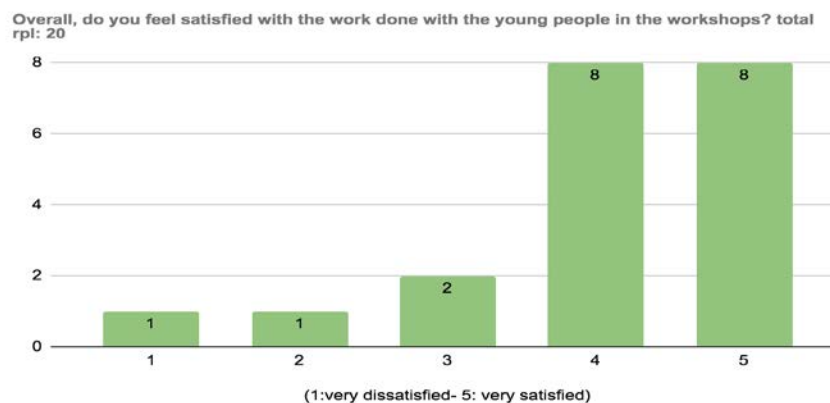
Un video di 1'29 racconta l'esperienza del workshop di Donostia: <https://www.youtube.com/watch?v=eb65AcBIE4A>

La valutazione dei formatori

Per raccogliere informazioni valutative rispetto al lavoro svolto dai formatori sono stati utilizzati due strumenti differenti:

- Un diario di bordo, da compilare dopo ogni sessione di formazione per prendere nota delle tecniche didattiche utilizzate, delle reazioni dei ragazzi e delle strategie messe in atto dal singolo formatore;
- una intervista finale per ripercorrere tutto il percorso, concentrandosi sugli apprendimenti professionali dell'operatore stesso e sugli effetti di cambiamento relativi ai ragazzi.

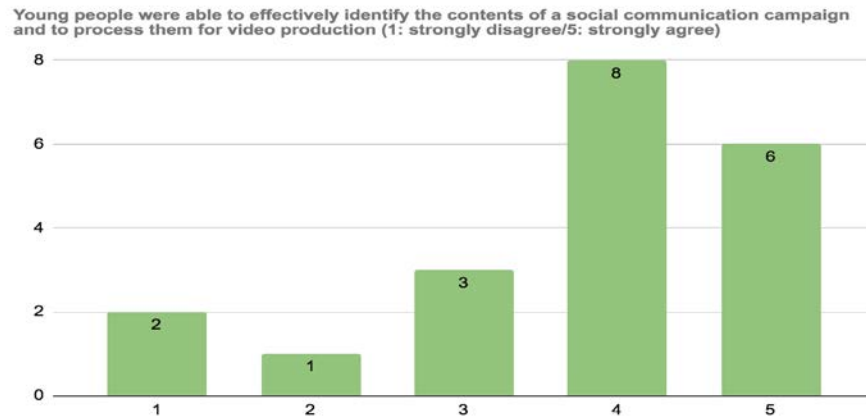
La valutazione di operatori ed operatrici coinvolti nella sperimentazione dei laboratori del progetto REACT, tanto riguardo all'impatto sui ragazzi quanto rispetto alla propria crescita professionale, è senz'altro positiva: su 20 intervistati, 16 attribuiscono un punteggio molto alto sulla scala utilizzata (4 o 5):



Allo stesso modo, la maggior parte di loro ritiene che i ragazzi siano riusciti ad individuare in maniera efficace i contenuti della campagna di comunicazione sociale e ad elaborarli per la produzione del video:



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union



L'analisi dei diari bordo ha consentito di valutare anche la capacità degli formatori di utilizzare svariate metodologie didattiche differenziate per raggiungere gli obiettivi di apprendimento prefissati. Gli strumenti e le tecniche descritti nei diari di bordo sono molteplici; fra i tanti vengono citati:

- esercizi e giochi di *ice breaking* per la costruzione di clima di lavoro favorevole
- interviste in aula
- esercizi e giochi di ruolo
- confronto attivo, discussione collettiva, *brainstorming*
- teatro-terapia, scrittura creativa, esercizi di immaginazione visuale
- utilizzo di risorse audio-video

Secondo gli formatori di tutti e cinque i paesi il laboratorio è stato seguito con interesse ed apprezzato da studenti e studentesse, dei quali hanno così descritto la crescita in termini di pensiero critico:

- ☐ "I partecipanti hanno aumentato la loro capacità di pensiero critico su tutti gli argomenti connessi a razzismo, stereotipi e pregiudizi" (Spagna).
- ☐ "La formazione ha certamente permesso ai ragazzi di identificarsi come vittime di cattiva informazione ed hanno compreso l'importanza di informarsi prima di diffondere a loro volta informazioni online" (Italia).
- ☐ "Alla fine del laboratorio i ragazzi hanno compreso la differenza tra *hate speech* e cyber bullismo, hanno appreso ad identificare schemi comunicativi offensivi, hanno imparato tecniche per reagire ed hanno cominciato ad usarle, facendo esperienza della propria capacità di incidere" (Germania).
- ☐ "I giovani hanno appreso a ragionare di discriminazione in termini astratti, non limitandosi a riflettere sulle esperienze personali, ma collegando il fenomeno alla dimensione dei diritti umani e sociali fondamentali e a come questi rappresentino le basi per la coesione sociale" (Italia).

La maggior parte dei formatori ha inoltre espresso l'opinione che lavorare su una tematica così centrale fosse estremamente importante, e ritiene di aver accresciuto le proprie competenze professionali:

- ☐ "Le nostre competenze professionali sono cresciute anche grazie al fatto che il gruppo che ha partecipato al laboratorio era composto per gran parte da giovani con background migratorio, il che ci ha condotto a ripensare e modificare - ripetutamente e in tempo reale - gli strumenti, i contenuti e gli approcci, adattandoli alle loro realtà, alle loro esperienze e ai loro pensieri".
- ☐ "La guida e gli strumenti offerti dal progetto hanno aumentato le competenze relative all'impostazione e alla conduzione dei laboratori".
- ☐ "Ho apprezzato la multidisciplinarietà dell'impostazione. lavorare in collaborazione tra video-maker e formatori si è rivelato molto efficace".
- ☐ "Partecipare a questo progetto ha aumentato, diversificato e rafforzato le concettualizzazioni teoriche alla base del nostro lavoro e ci ha fornito nuovi strumenti ed esercizi in aggiunta a quelli che già utilizzavamo, arricchendo il bagaglio di attività che possiamo proporre in questo tipo di lavoro".



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

- ☐ Abbiamo appreso attività adatte ad affrontare questioni molto complesse in modo semplice: abbiamo appreso come, partendo dall'ascolto o dalla visione e poi dall'interpretazione di storie e video apparentemente banali, sia possibile discutere con ragazzi e ragazze dei costrutti e delle dinamiche personali e dei pregiudizi che si portano dietro in modo inconsapevole. Ciò consente di affrontare temi anche spinosi senza che nessuno di senta giudicato e facendo sentire tutti liberi di esprimere il proprio punto di vista.
- ☐ Le attività proposte si sono dimostrate molto efficaci ad assicurare il coinvolgimento attivo dei partecipanti, anche si quelli più difficili e di quelli con un background migratorio talvolta complesso. In particolare realizzare un video ha indotto gli studenti ad avere un ruolo attivo e a fare una esperienza concreta di *storytelling*. Questa attività pratica è stata giudicata molto utile per offrire uno spazio di 'riflessione pratica' che servisse a rinforzare quanto appreso nelle fasi più teoriche del lavoro in modo semplice, divertente, fluido e "visivo".
- ☐ Anche la dimensione internazionale del progetto ha incoraggiato gli studenti a coinvolgersi, sentendosi parte di una comunità più ampia ed europea.

La principale pecca evidenziata tanto dai formatori quanto dagli stessi ragazzi è relativa alla durata dei laboratori: tutti hanno sottolineato la necessità di tempi più lunghi e percorsi più approfonditi, soprattutto se finalizzati alla produzione di un video, come riassume la risposta data da un formatore inglese:

In generale il progetto è stato molto ben strutturato, con una struttura chiara ma lasciando ampie possibilità di adattare le singole attività alle necessità delle comunità locali [...]. Sarebbe stato utile avere a disposizione più tempo per dare modo ai formatori di digerire alcune delle nuove attività proposte e per inserirle in maniera più strutturata nel lavoro nel lavoro quotidiano con i giovani. Sarebbe utile impostare un lavoro longitudinale per valutare l'impatto delle attività e i risultati dell'apprendimento, con interviste prima dell'inizio, al termine, e a distanza di 6 mesi.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

CONCLUSIONI

Raccomandazioni per la realizzazione di interventi efficaci di contro narrativa e di contrasto all'*hate speech*

Sulla base delle interviste e delle ricerche effettuate, si possono delineare alcune raccomandazioni per la realizzazione di interventi efficaci di contro narrativa e di contrasto all'*hate speech*.

Promuovere la trasversalità delle competenze

Promuovere la trasversalità delle competenze coinvolgendo un team di esperti e professionisti con formazione, competenze, background e punti di vista diversi (sociologia delle migrazioni, scienza della comunicazione, giurisprudenza, pedagogia, psicologia sociale, scienze politiche, ecc.) per affrontare il fenomeno da molteplici angolature.

Fare rete

È necessario “unire le forze” inserendo le iniziative in una vasta rete di organizzazioni in grado di coinvolgere e mobilitare soggetti diversi, in modo da amplificare l’impatto delle azioni.

Segmentare i *target group*

Segmentare i *target group* in modo da costruire messaggi mirati e differenziati.

Combinare strategie “offline & online”

Implementare le azioni sia offline che online, inserendole anche in contesti esterni e in eventi di più ampio respiro, dedicati ad un pubblico più vasto.

Utilizzare format innovativi ed efficaci

Realizzare format e prodotti “cool” e accattivanti rispetto al target giovanile (brevi video, memes, infografiche etc.).

Utilizzare metodologie e strategie comunicative innovative

Si raccomanda di ricorrere a una comunicazione semplice e diretta, richiamando le emozioni (positive) e non solo i fatti, stimolando l’empatia e l’immedesimazione. Risulta efficace anche il coinvolgimento di soggetti che abbiano “presa” sul pubblico giovanile (esempio, youtubers famosi), che parlino il loro stesso linguaggio e rappresentino i loro stili di vita.

Scegliere accuratamente le piattaforme

Scegliere accuratamente le piattaforme ricorrendo a mainstream media come Snapchat, Twitter e Instagram.

Promuovere direttamente il protagonismo dei ragazzi

Le iniziative rivolte ad un target giovanile devono dare voce ai ragazzi su tematiche attuali a loro vicine e renderli protagonisti dell’iniziativa, pur garantendo accompagnamento e supporto.

Promuovere movimenti di “seconde generazioni” e valorizzare la diversità

Riorganizzare le cosiddette seconde generazioni intorno ad un’associazione o un movimento (online e offline) che non solo si faccia portatore delle loro istanze e rivendicazioni, ma che promuova la consapevolezza delle opportunità che esse rappresentano per la società.

Incoraggiare la partecipazione dal basso



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Per contrastare l'*hate speech* risulta utile dare sostegno a movimenti dal basso (*grassroot movements*) o gruppi online a "costo zero", capaci di coinvolgere un numero elevato di attivisti volontari, con un alto grado di organizzazione interna.

Implementare la continuità delle iniziative

Implementare la continuità delle iniziative sfruttando meglio i canali già esistenti che diffondono narrazioni alternative e creando materiali che possono essere utilizzati e diffusi indipendentemente dall'iniziativa.

Utilizzare strumenti versatili ed economici

Puntare su strumenti versatili ed economici (come per ad esempio nei progetti che richiedono solo una piattaforma elettronica) consente di minimizzare i costi di realizzazione dell'iniziativa e di renderla facilmente replicabile in più contesti.

Favorire la creazione di data base qualitativi accessibili

È necessaria la creazione di data base qualitativi per il monitoraggio degli episodi di razzismo attraverso la raccolta di segnalazioni provenienti da fonti diverse, in modo da avere un patrimonio di narrazioni a cui attingere per dare concretezza alle proprie argomentazioni.

Educare al pensiero critico

Sviluppare le conoscenze e le strategie necessarie per controllare le fonti, decodificare le notizie e contrastare le *fake news*.

Preparare un set di contro-argomenti

Tenere pronto un set di contro-argomenti da poter utilizzare al bisogno per fornire rapidamente risposte condivise e ben fondate ai post di odio.

Evitare:

- Di fornire argomenti che riproducono stereotipi
- vittimizzazione
- di utilizzare gli stessi meccanismi dell'odio, come la generalizzazione, l'indicazione di capri espiatori o un linguaggio discriminatorio
- argomenti moralistici



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

PARTE 2 - GLI STRUMENTI DI LAVORO

Il processo formativo immaginato per REACT è fondato su una specifica metodologia che prevede l'apertura di un dialogo in cui tutti i partecipanti sono coinvolti e a partire dal quale ciascuno si mette in gioco in prima persona. Per raggiungere questo obiettivo risultano di primaria importanza i metodi e gli strumenti dell'educazione non formale, per incoraggiare il coinvolgimento anche emotivo dei partecipanti e attivare un processo di apprendimento fondato sulla capacità di partecipazione e di condivisione in cui loro possano essere protagonisti, appropriandosi così delle riflessioni e delle conoscenze.

Le attività di seguito descritte rappresentano prima di tutto degli spazi di confronto, fondati sullo scambio e sulla condivisione del processo di apprendimento al fine di stimolare nei partecipanti la capacità cooperativa. Si prevede l'utilizzo di metodologie diverse quali: workshop, giochi di ruolo, casi studio, simulazioni e discussioni guidate, attraverso cui i giovani partecipanti possono sperimentare il learning by doing. Questo processo facilita inoltre il monitoraggio e la valutazione costanti della qualità dell'esperienza vissuta dai ragazzi, in termini di conoscenze acquisite e di livello di partecipazione.

Affrontare un laboratorio costituisce nei soggetti che vi partecipano una forma di esperienza profonda. Fare esperienza significa confrontarsi con qualcosa che accade e che implica un cambiamento in ciò che si sa e in ciò che si è. In questo senso REACT attribuisce una grande importanza all'intelligenza emotiva dei partecipanti e stimola continuamente la loro capacità di percepire ed elaborare le emozioni. Il processo formativo mira a stimolare la capacità di empatia, di condivisione, di elaborazione dell'esperienza vissuta al fine di costruire quella che si può definire una "comunità educativa plurale" che cresce grazie al contributo di tutti i componenti del gruppo.

Il tema che andiamo ad affrontare costituisce un modello attraverso cui guardare e discutere del presente, di noi come donne e uomini capaci di scelte, delle nostre preoccupazioni e potenzialità.

Al centro del processo formativo di REACT vi sono l'empatia e l'intelligenza emotiva che riescono ad emergere grazie alla costruzione di uno spazio "protetto", all'interno del quale i partecipanti sperimentano la serenità di esprimere liberamente le proprie opinioni ed emozioni.

Nel tempo dei laboratori ci si impara a conoscere e si sperimenta la fiducia nei confronti della comunità educativa. Nel tempo condiviso si scopre la bellezza del confronto. Nel tempo che ognuno ritaglia per sé, si entra in contatto con le domande profonde e si apre un varco per la riflessione e la significazione dell'esperienza vissuta.

Grande importanza è altresì riservata al momento valutativo. È infatti questo il momento in cui i partecipanti, ripensando al percorso compiuto e attribuendogli un significato, costruiscono a tutti gli effetti l'esperienza. La narrazione costituisce essa stessa il processo di apprendimento, e nel narrare i soggetti acquisiscono una coscienza rinnovata di sé, del loro cambiamento e del mondo che li circonda.

Al fine di dare ai formatori la possibilità di scegliere le attività più adatte in funzione del target, le schede sono state suddivise, a seconda della tematica, in due sezioni:

- Attività per contrastare stereotipi e i pregiudizi – ossia opinioni rigidamente precostituite e generalizzate su persone o gruppi sociali, non acquisite sulla base di un'esperienza diretta, ma che sono tuttavia spesso molto radicate e in grado di condizionare fortemente il nostro giudizio.
- Attività per contrastare l'*hate speech* e la discriminazione – ossia gli atteggiamenti e i comportamenti volti a esprimere e diffondere odio ed intolleranza, nonché a incitare al pregiudizio e alla paura verso particolari persone o gruppi sociali.



With the financial support from the Fundamental Rights
and Citizenship Programme of the European Union



SCHEDE DI ATTIVITA'



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Attività per contrastare stereotipi e i pregiudizi

1. Che cosa significa “diverso”? Ragioniamo sul significato di “diversità”

Obiettivi

- Sondare la percezione e i vissuti degli studenti a partire dal concetto di *diversità*;
- Introdurre un concetto nelle sue diverse accezioni, positive e negative;
- Ragionare dei processi e delle modalità che rendono la *diversità* un concetto negativo ed escludente;
- Introdurre i concetti di *stereotipo* e *pregiudizio*.

Durata media dell'attività: 20 minuti

Materiali

- Un cartellone / lavagna
- pennarelli / gessi

Svolgimento

Fase 1, brainstorming

Scrivere alla lavagna o su un cartellone la parola “diversità”.

Chiedere ai partecipanti di elencare i primi termini che vengono loro in mente a partire da questa parola. Riportare sulla lavagna o sul cartellone ciò che emerge.

Fase 2, ordinare le parole e discuterne

Discutere con i partecipanti di come si potrebbero dividere i concetti e le parole da loro espressi; di seguito alcuni spunti;

- provate a separare quelli che considerano positivi da quelli che considerano negativi;
- in che senso per loro la diversità è positiva? E in che senso è negativa?
- provate a vedere se sono stati identificati dei termini che indicano differenti criteri per definire la diversità (es. diversità religiosa, culturale; diversità fisica; diversità per quello che siamo e per quello che facciamo)
- In base a cosa si può essere considerati diversi?
- Quali sono le conseguenze dell'essere considerati diversi?
- Ai partecipanti è mai capitato di essere considerati diversi o di considerare diverso qualcuno? Come li ha fatti sentire?
- Cosa sono gli stereotipi secondo i partecipanti?
- Cosa sono i pregiudizi secondo i partecipanti?



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

2. “Genoveffa”

Obiettivi

- Riflettere sui pregiudizi e stereotipi, a volte inconsapevoli;
- Riflettere sui valori profondi di cui ciascuno è portatore.
- Riflettere sulla connessione tra il proprio assetto valoriale e il proprio giudizio e comportamento.

Durata media dell'attività: 60/90 minuti

Materiali

Fogli di carte
Penne
Un cartellone

Svolgimento

Fase 1, Raccontare la storia

Genoveffa è innamorata di Tom che sta sull'altra riva di un fiume. Una terribile inondazione ha distrutto tutti i ponti presenti sul fiume e ha lasciato intatta solo una barca. Un grande fiume divide ora Genoveffa e Tom.

Dopo qualche tempo, Genoveffa chiede a Ralf, il proprietario della barca, di portarla dall'altra parte per poter incontrare Tom.

Ralf accetta ma pone come condizione che Genoveffa passi la notte con lui.

Genoveffa è confusa, non sa cosa fare e chiede consiglio alla madre, la quale le risponde che non può entrare nelle scelte private di Genoveffa, e che deve essere lei a decidere.

Genoveffa ci pensa qualche giorno, e poi disperata accetta le condizioni di Ralf. Giunta sull'altra riva racconta a Tom come ha fatto per arrivare da lui.

Tom si infuria e la caccia indignato e Genoveffa va via in lacrime.

Non lontano da casa di Tom, Genoveffa incontra John, un amico. John, sentita la brutta avventura, va da Tom, lo prende a schiaffi e poi si allontana con Genoveffa.

Fase 2, Compilare la propria lista

I partecipanti, ciascuno con il proprio foglio e senza confrontarsi con gli altri, stilare la propria lista dei 5 personaggi mettendoli dal peggiore al migliore.

Fase 3, Compilare le liste di gruppo

Dividere il gruppo in sottogruppi da 4-5 persone e dare loro circa 10 minuti per stilare una lista di gruppo. Mentre i partecipanti lavorano, il tutor osserva i gruppi e le dinamiche che si generano.

Fase 4, Debriefing

Rimettere i partecipanti in cerchio e chiedere a ciascun gruppo di comunicare la propria lista, che il tutor annota su un cartellone, e spiegare come si sono svolte le scelte: se hanno discusso e su che cosa in particolare, come sono arrivati a una sintesi.

Far riflettere i partecipanti sul fatto che il laboratorio viene di norma vissuto in maniera particolarmente forte (discussioni animate e insoddisfazioni profonde quando la lista del gruppo si-discosta di molto da quella del singolo) perché fa leva sui nostri valori profondi, e che si lega a una serie di nostri pregiudizi e stereotipi che non sempre siamo consapevoli di avere nel nostro bagaglio culturale.

Fase 5, Inversione dei personaggi

Concludere il laboratorio raccontando ai partecipanti la storia con una inversione del genere dei personaggi:

Tom è innamorato di Genoveffa che sta sull'altra riva di un fiume. Una terribile inondazione ha distrutto tutti i ponti presenti sul fiume e ha lasciato intatta solo una barca. Un grande fiume divide ora Genoveffa e Tom.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Dopo qualche tempo, Tom chiede a Rodolfa, la proprietaria della barca, di portarlo dall'altra parte per poter incontrare Genoveffa.

Rodolfa accetta ma pone come condizione che Tom passi la notte con lei.

Tom è confuso, non sa cosa fare e chiede consiglio al padre, il quale gli risponde che non può entrare nelle scelte private di Tom, e che deve essere lui a decidere.

Tom ci pensa qualche giorno, e poi disperato accetta le condizioni di Rudolfa. Arriva sull'altra riva e racconta a Genoveffa come ha fatto per arrivare da lei.

Genoveffa si infuria e lo caccia indignata e Tom va via in lacrime.

Non lontano da casa di Genoveffa, Tom incontra Gianna, un'amica. Gianna, sentita la brutta avventura, va da Genoveffa, la prende a schiaffi e poi si allontana con Tom.

RIFLESSIONI CONDIVISE

Chiedere ai partecipanti di riflettere sul giudizio differente che hanno sui personaggi rispetto alla prima versione della storia. Alcune domande guida possono essere: Come vi immaginate Ralf? (Giovane, vecchio, brutto, bello, avvenente, viscido?) e come vi immaginate invece Rodolfa? Vi sembra strano che il padre chieda al figlio di decidere in autonomia? La considerate una storia plausibile?

Riflettere insieme sulla visione della società in cui siamo immersi, che determina ruoli e comportamenti accettabili o non accettabili, e su ciò che consideriamo verosimile e su ciò che invece non corrisponde a un comportamento che attribuiremmo come plausibile su una donna, ad esempio, mentre su un uomo non ci stupisce o indigna, o viceversa.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

3. Video “For the birds”

Obiettivi

- Introdurre i concetti di *esclusione* e *discriminazione* connessi a quello di *diversità*;
- Ragionare su come si costruisce un pregiudizio e sulle sue conseguenze;
- Ragionare sulle dinamiche di esclusione e discriminazione;
- Ragionare sulle dinamiche di gruppo.

Durata media dell’attività: 30 minuti

Materiali

Video *For the birds*

Proiettore e pc
casse audio

Svolgimento

Fase 1, video

Fare vedere ai partecipanti il video della Pixar sul proiettore

Fase 2, lavoro in gruppi

Dividere i partecipanti in piccoli gruppi e chiedere loro di discutere all’interno del gruppo di quanto visto, di condividere cosa li ha colpiti e di indicare quali siano secondo loro le tematiche che emergono dal cartone.

Fase 3, condivisione

Chiedere ai gruppi di condividere quanto emerso. Discutere insieme a partire da alcune domande:

- cosa succede in questo breve cartone animato?
- Come si comportano i piccoli pennuti prima che arrivi quello più grande?
- Cosa succede quando arriva quello più grande?
- Che differenza c’è tra i diversi pennuti?
- Gli uccelli piccoli e quello grande si capiscono tra di loro?
- I personaggi potevano comportarsi in modo diverso? Cosa sarebbe cambiato?
- In che modo hanno agito i piccoli pennuti per cacciare il grande? Hanno agito tutti nello stesso modo?
- Secondo voi, quella descritta dal cartone, è una dinamica comune? Succedono spesso cose del genere nei contesti che frequentate o nel mondo in cui vivete? Sapete fare degli esempi?
- Vi è mai successo di partecipare o osservare una dinamica simile nella vostra esperienza? In che situazione? Come è andata a finire? Come poteva finire in modo diverso?
- Secondo voi qual è il senso della fine del cartone?



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

4. Chi c'è dietro di me?

Obiettivi

- Fare un'esperienza empatica;
- Discutere dell'impatto che stereotipi e pregiudizi hanno sulle persone;
- Ragionare sul legame che intercorre tra stereotipi, pregiudizi e discriminazione;
- Riflettere sull'importanza dei media e dei social nella costruzione di pregiudizi e discriminazioni;
- Riflettere sull'importanza dell'empatia nelle relazioni reali come in quelle virtuali online.

Durata media dell'attività: 90 minuti

Materiali

Tante fotografie quanti sono i partecipanti
Scotch di carta
fogli bianchi
penne

Svolgimento

Fase 1, spiegazione del gioco

Disporre i partecipanti in cerchio e farli girare con la schiena verso il centro. Attaccare con lo scotch di carta una fotografia dietro ciascun partecipante. Quando sono pronti farli girare verso il centro del cerchio, distribuire a ciascuno un foglio e una penna, e dare loro la consegna:

- ognuno di voi ha sulla schiena l'immagine di una persona o di un gruppo di persone;
- camminate per la stanza. Quando incontrate un altro partecipante guardate l'immagine che ha sulla schiena e dite qualcosa, una frase, una parola, che esprima l'opinione generale della società su quella persona o quel gruppo di persone. Rivolgete quello che dite alla persona che porta l'immagine sulla schiena, guardandola negli occhi. Non si tratta necessariamente della vostra opinione personale ma degli stereotipi o delle etichette che le persone usano nei loro confronti. Potete fare commenti positivi, negativi, perfino scortesi: è un gioco!
- Quando sarete voi a ricevere i commenti fatti da chi incontrate per la stanza, segnatevi quello che vi viene detto sul foglio.

Fase 2, gioco

Quando tutti hanno capito, fare partire il gioco.

Fase 3, condivisione

Quando vi sembra che tutti i partecipanti si siano scambiati dei commenti, interrompere il gioco e farli sedere in cerchio. Chiedere a ciascuno, sulla base delle parole usate dagli altri, di formulare un'ipotesi sull'identità della persona o del gruppo ritratto sulla propria schiena e di condividere nel gruppo i commenti ricevuti.

Una volta finito il giro, porre al gruppo le seguenti domande:

- è stato difficile trovare le parole per descrivere cosa dice la gente a proposito delle persone o dei gruppi che avete visto sulle schiene degli altri?
- Come vi siete sentiti nel fare commenti ai vostri compagni?
- Come vi siete sentiti a riceverli?
- Se qualcuno di loro non ha indovinato l'immagine della persona che aveva dietro la schiena, chiedere loro perché questo è successo;
- Avete mai incontrato persone come quelle che ci sono nelle immagini?
- Sono immagini stereotipate secondo voi?
- Come si arriva a farsi un'immagine di queste persone secondo voi?



With the financial support from the Fundamental Rights
and Citizenship Programme of the European Union

- Quanto e come contano i media nella costruzione di questi stereotipi?
- Secondo voi stereotipi e pregiudizi sono giusti? Perché si/no?

Nota per i formatori: assicurarsi che le immagini scelte non descrivano realtà troppo vicine alle storie dei partecipanti per non creare situazioni imbarazzanti e spiacevoli



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

5. Don't put people in a box

Obiettivi

- Ragonare sulle etichette e le categorie in cui vengono spesso "rinchiuse" le persone.

Durata media dell'attività: 20 minuti

Materiali

- Video <https://video.repubblica.it/mondo/danimarca-noi-contro-loro-l-emozionante-spot-che-ci-fa-riscoprire-le-cose-che-ci-uniscono/266697/267076>
- Pc e proiettore
- casse audio

Svolgimento

Fase 1, visione del video

Mostrare il video ai partecipanti

Fase 2, restituzione

Discutere brevemente con i partecipanti a partire da quanto visto:

- Cosa succede nel video?
- Cosa ci comunica questo video?
- Quanto ci sentiamo identificati in alcune categorie?
- Può capitare che una categoria ci stia stretta? Ad esempio quando?
- Può capitare di descrivere noi stessi attraverso una categoria? In che modo?



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

6. Video e discussione sui pregiudizi

Obiettivi

- Ragonare sugli effetti che i pregiudizi hanno sulle persone considerate diverse;
- Ragonare sulle diverse “categorie” considerate diverse;
- Ragonare sulle discriminazioni
- Ragonare sull’importanza di costruire e stimolare empatia nei confronti delle persone vittime di pregiudizi.

Durata media dell’attività: 45 minuti

Materiali

- Video 1 <https://www.youtube.com/watch?v=UJQRHRfNBxY>
- Video 2 <https://www.youtube.com/watch?v=wAiocarz8gU>
- Video 3 <https://www.youtube.com/watch?v=AiSafm8v7-k&app=desktop>
- Pc e proiettore
- casse audio

Svolgimento

Fase 1, visione dei video

Fare partire i tre video uno di seguito all’altro.

Fase 2, restituzione

Discutere con i partecipanti a partire da alcune domande:

- cosa li ha colpiti di questi video?
- quali emozioni gli hanno mosso?
- hanno imparato qualcosa che prima non sapevate no? Cosa?
- si sono sentiti portatori di alcuni pregiudizi, guardando questi video? Nei confronti di chi?
- è mai capitato loro di pronunciare o sentire alcune delle frasi o espressioni discriminanti riportate nei video? In quali occasioni?



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Attività per contrastare l'*hate speech* e la discriminazione

7. X&O - Essere una O in un mondo di X

Obiettivi

- Riflettere sul proprio comportamento in situazione;
- analizzare e discutere le dinamiche dei processi di esclusione da entrambi i punti di vista (escluso ed escludente);
- ragionare sulle dinamiche di gruppo, sulle cause e sulle conseguenze dei processi di esclusione;
- condividere alcune esperienze personali, ragionando di come i meccanismi dell'esclusione e della discriminazione siano parte della quotidianità e di come ciascun individuo rischi di esserne vittima o artefice;

Durata media dell'attività: 90 minuti

Materiali

- Post-it
- Pennarelli
- Proiettore
- Penne

Svolgimento

Fase 1, Spiegazione ed avvio dell'attività

Preparare dei post-it (tanti quanti sono i partecipanti, ciascuno ne riceverà uno), dividere i post-it in 4 gruppi. Scegliere per ciascun gruppo di post-it una forma geometrica e un colore (es. triangolo verde, cerchio verde, quadrato rosso, rettangolo blu) e disegnarla a pennarello su ciascun post-it. Su un solo post-it, sarà disegnata una lettera O nera.

Se quindi ci sono ad esempio 20 partecipanti, avrete 5 post-it con un triangolo verde, 5 post-it con un cerchio verde, 5 post-it con un quadrato rosso, 4 post-it con un rettangolo blu, e 1 post-it con una lettera O nera.

Spiegare ai partecipanti che da questo momento non potranno più parlare.

Far mettere i partecipanti in piedi in cerchio dando le spalle al formatore, e chiedere loro di non parlare e di non guardare la schiena degli altri finché non si darà inizio al gioco.

Attaccare sulla schiena di ciascuno un post-it: il partecipante non sa che post-it ha sulla schiena.

Scegliere con attenzione la persona a cui sarà applicato quello con la O, deve essere una persona forte e tranquilla.

Una volta che tutti avranno il post-it sulla schiena, dare loro il seguente comando: "Fate in modo, senza mai parlare, di raggrupparvi tra coloro che hanno post-it simili".

Il comando è volutamente ambiguo: sanno di dover far riferimento ai post-it che hanno sulla schiena, ma non viene detto loro su che base dividersi (per colore? Per forma?) né che non possono esserci nel gruppo persone con altri simboli, non viene richiesto infatti esplicitamente di escludere (è una loro eventuale deduzione) ma solo che ciascun simbolo simile deve stare vicino: starà ai partecipanti decidere come interpretarlo, il formatore non deve dare indicazioni né in un senso né nell'altro.

La O è da sola, ma non lo sa, né inizialmente lo sanno gli altri.

Osservare quindi man mano che il gioco prosegue le dinamiche che si generano: la O viene respinta o accolta? In che modo? Una volta realizzato che è da sola, viene schernita e isolata, o inserita in un gruppo? Se la situazione lo permette, filmarli e mostrargli il loro comportamento in fase di debriefing, in modo che possano osservarsi e trarre ulteriori spunti



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

di riflessione. Nel caso in cui non sia possibile filmarli, osservare con molta attenzione e appuntarsi tutto ciò che accade: le dinamiche messe in atto, i comportamenti e le reazioni generate, in particolare nei confronti di chi porta la O.

Fase 2, Debriefing

Ritornare in cerchio e chiedere loro come si sono sentiti, come hanno vissuto l'essere parte di un gruppo, se si sono accorti delle dinamiche che si sono generate, o di come si sentivano gli altri, se hanno provato sentimenti contrastanti. A seconda della scelta che hanno fatto, chiedere loro le motivazioni che li hanno spinti, se ne erano consapevoli, e come si sono sentiti nel farlo. Per ultima, far parlare la persona con la O: come si è sentita, come ha vissuto il comportamento degli altri, cosa ha fatto (ha cercato di farsi includere, accettato passivamente, ecc) e cosa ha notato delle dinamiche che aveva di fronte.

Fase 3, Riflettere sulle dinamiche di gruppo - Essere una O

Spiegare quanto segue o leggerlo:

In tutti i gruppi ci sono dei "diversi", identificati come tali per le ragioni più disparate: religione, provenienza geografica, nuovi arrivati, ecc. Da ora ci riferiremo al gruppo di maggioranza usando la lettera "X", e al gruppo di minoranza con la lettera "O". Le O possono essere diverse dal gruppo delle X per sesso, per abbigliamento, per cibo, per ideologia, per religione per capacità o anche perché semplicemente nuovi arrivati. Ma la differenza più evidente è che le O e le X non sono nello stesso numero: le X sono molte di più.

Ma cosa succede ad una O quando entra in gruppo delle X? L'unicità delle O è una novità che cattura l'attenzione delle X.

La O viene osservata molto attentamente e più di ogni altra X

La O diventa un'attrazione e avrà tutti gli sguardi puntati su di sé. La O comincia a recitare sotto un riflettore: ogni suo comportamento e gesto sarà osservato/commentato/rilevato.

Si avranno opinioni e giudizi diversi per le O e per le X anche quando esse fanno la stessa cosa: la O non può nascondere i suoi errori con la stessa facilità delle X e soprattutto non può nascondere le sue stranezze da O. Inoltre, essere l'unica O la rende "rappresentativa" di tutto il gruppo delle O anche di ciò che non è. E le X cominceranno a chiedergli conto dei comportamenti "del gruppo delle O". La O sente il peso della sua identità e cerca di uscire da questa situazione.

La O avrà 3 possibilità:

- a) cercare di diventare una super O! fare tutto, sempre meglio e più in fretta di tutte le X ma alla prima occasione in cui sbaglia, tutto il lavoro fatto sarà cancellato;
- b) nascondersi dietro una falsa identità travestirsi, trasformarsi, cercare di sembrare sempre più una X nei vestiti, nei modi di parlare ... ma le X mai accetteranno una X non originale;
- c) lavorando dietro le quinte, agendo alle spalle di una X, aiutandola e lavorando per lei: "dietro ogni grande X c'è sempre una piccola O"

Fase 4, Riflettere sulle dinamiche di gruppo - Lavoro a coppie

In coppie, 5 minuti a testa, far conversare i partecipanti a partire da alcune domande:

Si sono mai sentiti come una O? Quando?

Cosa hanno provato in quella circostanza?

Fase 5, Riflettere sulle dinamiche di gruppo - Essere una X

Spiegare quanto segue o leggerlo:

Cosa succede alle X quando una O entra nel loro gruppo? Prima dell'arrivo delle O le differenze tra le X erano molte e molto evidenti. La presenza delle O fa sentire le X più simili tra di loro. Le X prendono consapevolezza del loro essere X come se per la prima volta si vedessero allo specchio. Le X così non si sono mai sentite tanto gruppo come da quando è arrivata la O, e la diversità di O sembra l'unica ad essere rimasta capace di annullare tutte le altre. Alcune X avrebbero anche cose in comune con le O se avessero l'opportunità di parlare da sole.

Le X sono preoccupate di cosa succederà loro con la presenza delle O: potranno o no scherzare tra loro (magari sul gruppo delle O)? Dovranno aspettare che le O raggiungano il gruppo? Dovranno accettare che la O faccia mangi, canti, pensi in modo diverso? Dovranno cambiare i loro modi, la loro cultura?



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Le X hanno bisogno di sentirsi sicure e quindi spesso ostentano la loro cultura per ricordare alla O la sua diversità. Nascono i pregiudizi: la O dovrebbe stare con le altre O, e le X dovranno fare le cose da sole.

A volte le X non accettano più la O; mentre le X si sostengono tra loro la O rimane da sola senza aiuto. La O viene così emarginata dal gruppo delle X. La O ha bisogno di rompere l'emarginazione e di farsi accettare nel gruppo sociale delle X.

La X accetterà la O se:

- è una O eccezionale, una O superstar;
- se la O impara a pensare come una X;
- se la O si dimostra grata alle X e si pone alla testa di chi critica altre O. Con la critica di una O verso le sue compagne, le X si conformano nel bene che hanno fatto accogliendola poiché si tratta di una eccezione: "non tutte le O possono entrare nel gruppo delle X" .

Sia le O che le X sono a disagio. Alcune X vorrebbero essere d'aiuto alle O ma non sanno cosa fare. Se più O vedono cosa accade e imparano a parlare alle X e più X capiscono cosa sta succedendo e non si fanno prendere dalla paura, tutti insieme possano agire con più efficacia per superare insieme i disagi e trasformare la diversità in una risorsa.

Fase 6, Riflettere sulle dinamiche di gruppo - Lavoro a coppie

In coppie, 5 minuti a testa, far conversare i partecipanti a partire da alcune domande:

Si sono mai sentiti come una X? Quando?

Cosa hanno provato in quella circostanza?

Fase 7, Debriefing di chiusura

Chiedere ai partecipanti di condividere le loro riflessioni su quando appena fatto. Chiedergli se è stato più facile sentirsi come X o come O.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

8. La piramide dell'odio

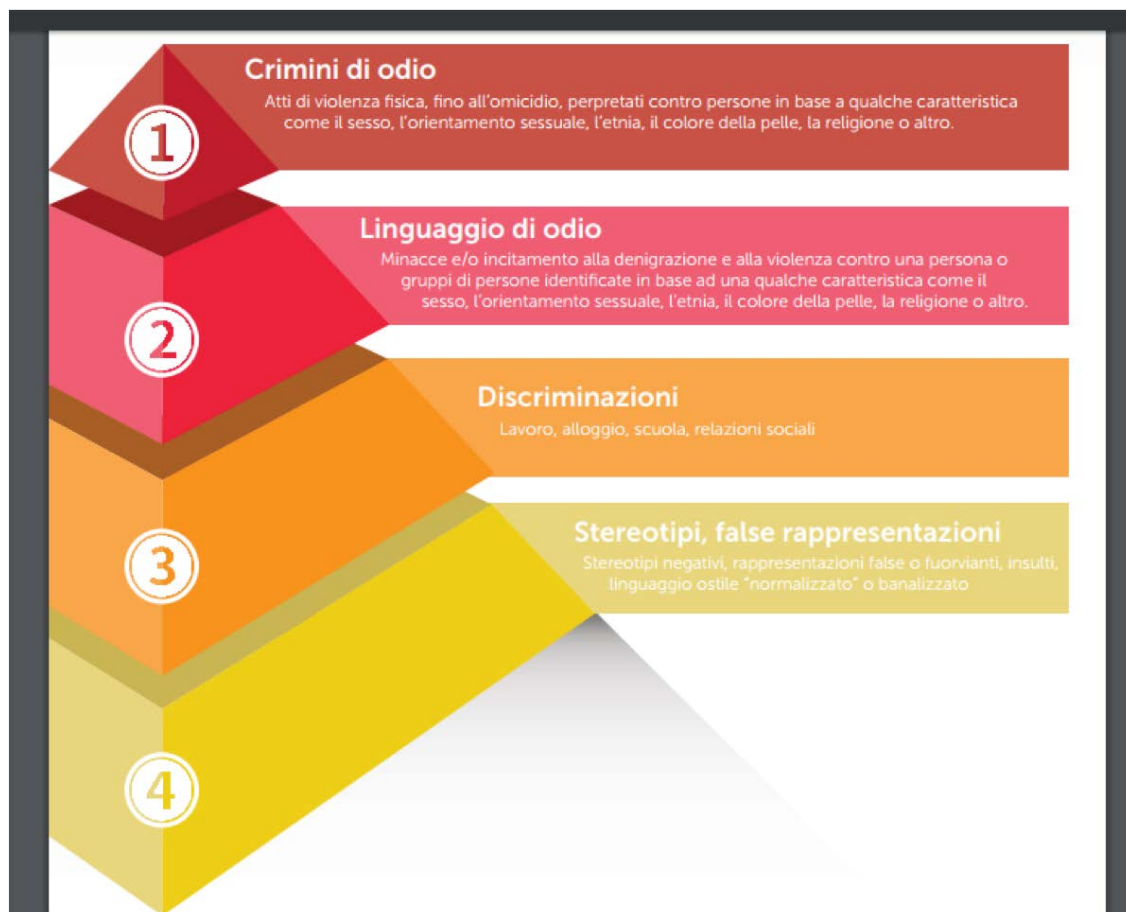
Obiettivi

- Discutere le cause e gli effetti dell'esclusione;
- ragionare sulle fasi attraverso cui si costruisce la diversità e si fomenta il disprezzo prima e l'odio poi nei confronti degli altri;
- condividere alcune esperienze personali, ragionando di come i meccanismi dell'esclusione e della discriminazione siano parte della quotidianità;

Durata media dell'attività: 60 minuti

Materiali

- 2 cartelloni
- Pennarelli
- Post-it



Svolgimento

Fase 1, Costruzione della piramide dell'odio

Costruire la piramide dell'odio (si veda l'esempio in figura) con i partecipanti. Disegnare la forma della piramide su un cartellone o sulla lavagna, completa delle diverse fasi. Individuare poi con loro gli atteggiamenti e i comportamenti



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

connessi agli step (ad esempio: cosa sono secondo voi gli *atteggiamenti basati sul pregiudizio?* e così via). Ragionare così insieme di ogni gradino.

Fase 2, Scrivi su un post-it la tua esperienza

Una volta che la piramide è completa, dare a ciascun ragazzo un post-it sul quale scrivere, anche solo attraverso parole chiave, un'esperienza in cui si sono ritrovati a vivere una delle situazioni descritte dalla piramide. Possono aver solo assistito al fatto, esserne stati vittima o perpetratori. I post-it devono rimanere anonimi.

Mettere i post-it all'interno del cerchio o su un cartellone.

Fase 3, Dove ci collochiamo noi

Prendere i post-it (ne bastano alcuni che siano rappresentativi di quanto emerso) e provare insieme (tanto sono anonimi) ad attaccarli al gradino giusto (prese in giro, emarginazione, violenza). In questo modo è possibile vedere come noi popoliamo con le nostre esperienze quella piramide.

Attaccare quelli che raccontano di scene a cui si è solo assistito fuori dalla piramide, in corrispondenza del gradino cui fanno riferimento.

Fase 4, La società

Se si parte dalle estremità della base della piramide e si tirano su due linee perpendicolari alla base, che arrivino all'altezza della punta e poi si chiude il rettangolo con una linea orizzontale in alto, è possibile ragionare sulle due parti vuote ai lati della piramide: lì ci sono gli osservatori. A questo punto si può ragionare sul fatto che mano a mano che si sale di gradino, sono sempre meno coloro che agiscono direttamente e sempre più coloro che osservano. Discutere con i partecipanti dei livelli di responsabilità: chi non agisce ma assiste, in che misura è responsabile di quanto avviene secondo loro?

Fase 5, Conclusioni

Quanto è importante decidere di intervenire? Fate un piccolo focus su quanto anche solo il cambiare linguaggio possa rappresentare un primo passo contro l'emarginazione.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

9. Gioco dei tre minuti, abituarsi a leggere

Obiettivi

- Riflettere sull'importanza di porre la giusta attenzione a quanto si legge per capire ciò che una pagina scritta, un articolo di giornale, una notizia sui social vuole comunicare;
- Ragionare insieme sulla costruzione delle notizie online.

Durata media dell'attività: 15 minuti

Materiali

Schede "esercitazione 3 minuti", una copia a partecipante.

Esercitazione 3 minuti

- 1) Prima di fare qualsiasi cosa, legga attentamente ogni punto di questa esercitazione
- 2) Scriva il suo nome nell'angolo a destra in alto del foglio
- 3) Tracci un cerchio attorno al suo nome secondo l'istruzione del punto precedente
- 4) Disegni 5 piccoli cerchi nell'angolo a sinistra in alto del foglio
- 5) Inscriva una X in ogni cerchio
- 6) Circo scriva ogni cerchio con un quadrato
- 7) Scriva il suo cognome sotto il titolo di questo foglio
- 8) Disegni un fiore alla destra del titolo
- 9) Accanto al titolo scriva: Si, Si, Si
- 10) Tracci un cerchio attorno all'istruzione n°4
- 11) Disegni una X nell'angolo sinistro in basso nel foglio
- 12) Tracci un triangolo attorno alla X che ha appena disegnato
- 13) Nel retro del foglio moltiplichi 125×33
- 14) Tracci un cerchio attorno alla parola foglio nell'istruzione n°4
- 15) Quando arriva a questo punto pronunci a voce alta il suo nome
- 16) Se lei pensa di avere eseguito le istruzioni sino a questo punto pronunci ad alta voce "SI"
- 17) Nel retro del foglio addizioni $1452 + 3687$
- 18) Tracci un cerchio attorno alla somma addizionata, e quindi un quadrato attorno al cerchio
- 19) Disegni una rondine sul retro del foglio
- 20) Conti, ad un tono di voce, normale, da 1 a 5 e viceversa
- 21) Faccia tre piccoli punti con la penna nella parte inferiore sinistra del foglio
- 22) Tracci una linea che colleghi i tre punti appena disegnati
- 23) Disegni sul retro del foglio, accanto alla rondine, una nuvola ed il sole
- 24) Porti a termine questa operazione: $\{[(1450-50+1200)/36]*21=$
- 25) Bene, ora rilegga l'istruzione al punto 1, non faccia altro. Le istruzioni dal punto 2 al punto 24 non devono essere eseguite. Riponga il suo foglio ed attenda lo scadere dei tre minuti.

Svolgimento

Fase 1, esercitazione

Distribuire a ciascun partecipante una copia dell'"esercitazione 3 minuti" rivolta al contrario, in modo che nessuno inizi a leggerla prima che tutti ce l'abbiano. Una volta che tutti hanno ricevuto l'esercitazione, fare partire il tempo e lasciarli svolgere il compito. Nel dare il via, affermare che si tratta di una gara.

Fase 2, debriefing

Chiedere ai partecipanti "com'è andata", condividere le difficoltà di finire l'esercizio in tre minuti e rileggere tutta la consegna insieme.

Discutere con loro a partire da alcune domande:



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

- Perché hanno iniziato a svolgere l'esercizio nonostante la prima riga?
- Il fatto che fosse una gara, ha fatto sì che siano concentrati più sulla voglia di finire prima piuttosto che sul fatto di farlo bene?
- Quante volte capita di leggere con poca attenzione quello che ci passa davanti?
- Discutere insieme sul loro modo di informarsi e riflettere su quanto spesso leggiamo solo i titoli delle notizie online, senza guardare l'articolo. Il titolo spesso è costruito per attirare curiosità, pertanto non sempre corrisponde in modo preciso alla notizia, questo fa sì che rischiamo di avere un'informazione parziale, perché siamo disabituati alla lettura, a porre attenzione a quanto vediamo scritto. Inoltre alcuni titoli di giornale, letti senza una riflessione e un approfondimento, possono costruire e alimentare in noi pregiudizi.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

10. Multitasking

Obiettivi

- Vivere una esperienza di immedesimazione che generi empatia;
- Ragionare sul nostro modo di giudicare le persone imparando a tenere conto del contesto e delle situazioni in cui si trovano immerse, con particolare riferimento ai migranti.

Durata media dell'attività: 30 minuti

Materiali

Nessun materiale.

Svolgimento

Fase 1, Esercizio: essere multitasking

Dividere il gruppo in 3: il sottogruppo dei numeri 1, quello dei numeri 2 e quello dei numeri 3.

Chiedere ai numeri 1 di alzarsi in piedi, ai numeri 2 di mettersi di fronte a un numero 1 (faccia a faccia) e ai numeri 3 di mettersi alle spalle dei numeri 2, rivolti verso i numeri 2. In questo modo si avranno gruppi da 3 persone con una persona che ha una persona di fronte e una persona alle spalle.

I numeri 2 saranno sottoposti a stimoli diversi, cui dovranno rispondere velocemente. Infatti: i numeri 1 dovranno muovere una mano (in alto, in basso, a destra, a sinistra, ecc) che il numero due dovrà toccare con la sua mano. Contemporaneamente, il numero 3 deve toccare alcune parti del corpo del numero 2 (spalla, gomito, coscia, ginocchio, schiena, nuca, ecc) che il numero 2 dovrà nominare ad alta voce. I tutor nel frattempo camminano andando dai numeri 2 e, mentre gli altri continuano, fare loro delle semplici domande, che però in quelle condizioni diventano complesse: "Come ti chiami? Dove sei stata in vacanza l'estate scorsa? Quanti giorni? Qual è la capitale di...? Come si chiamano i fiumi della tua città?" etc.

Ogni 5 minuti i ruoli si alternano, in modo che ciascuno possa sperimentare come ci si sente a essere il numero 2 per 5 minuti.

Fase 2, Debriefing

Di nuovo in cerchio, chiedere ai partecipanti se è stato difficile, come si siano sentiti, e che cosa abbiano provato.

Spiegare poi loro che questo semplice esercizio serve per mettersi nei panni di chi arriva improvvisamente in nuovo paese di cui non conosce lingua, cultura, usanze, e, sommerso di stimoli, si trova frastornato, per cui anche le cose più semplici diventano complesse.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

11. Dillo ad alta voce!

Obiettivi

- Verificare che i contenuti trasmessi nei laboratori siano stati compresi dai partecipanti
- Valutare se alcuni pregiudizi permangono o se sono stati scalfiti o superati
- Fare emergere le opinioni dei singoli partecipanti
- Chiedere ai partecipanti di costruire un messaggio capace di andare al di là della loro ristretta comunità, che sappia parlare ai loro coetanei dei pregiudizi e dei discorsi d'odio

Durata media dell'attività: 120 minuti

Materiali

- Fogli
- penne
- post-it
- cellulari con cui filmare

Fase 1, brainstorming

Distribuire a ciascun partecipante un post-it e chiedere di riportare sopra alcune parole chiave o una frase che riassumano i contenuti delle attività svolte e il senso di quello che si è fatto insieme.

I post-it possono essere anonimi.

Fase 2, lettura dei post-it

Leggere insieme i post-it e condividere insieme il lavoro fatto durante il percorso, in modo che i partecipanti abbiano chiari i contenuti che sono emersi dal gruppo.

Fase 3, preparazione delle interviste

Dividere i partecipanti in gruppi da 4 o 5 membri e dare loro la seguente consegna: "Preparate un'intervista da sottoporre ai vostri compagni attraverso la quale fare emergere alcuni dei contenuti trattati durante i laboratori. Le interviste possono anche essere un modo per lanciare dei messaggi alle persone che le vedranno, pertanto costruite le domande anche in base ai contenuti che vi piacerebbe divulgare".

Fase 4, condivisione delle domande

Condividere con il gruppo tutte le domande, eventualmente aggiungerne di nuove e, se necessario, aiutarli a rimodulare quelle emerse da loro.

Fase 5, ripresa delle interviste

Una volta che le domande sono pronte, ciascun gruppo potrà trovare un luogo isolato e silenzioso (in modo che la registrazione si senta bene) in cui procedere alla registrazione delle interviste: a turno, ciascun elemento del gruppo sarà intervistato dagli altri, che faranno le domande e riprenderanno.

Fase 6, montaggio

Una volta che il lavoro delle interviste è terminato, è possibile montare il risultato in modo da restituire, attraverso le voci dei partecipanti, i contenuti salienti e i punti di vista del gruppo che ha partecipato al percorso, la prospettiva dei giovani in merito ai contenuti del progetto.

Il video finale potrà rimanere come documento utile per essere divulgato all'interno dell'ambiente scolastico, e per essere utilizzato in laboratori successivi per aprire nuove riflessioni.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Il volume, curato da Carla Scaramella, nella prima parte propone una sintesi del rapporto comparativo e dei rapporti nazionali di analisi qualitativa e quantitativa sul monitoraggio dell'*hate speech* online e delle buone pratiche di contro narrativa realizzati dai seguenti gruppi di lavoro:

- rapporto di analisi comparativa, Raúl Martínez Corcuera, Università di VIC - Università Centrale di Catalogna, Anaitze Agirre e Edna Gimenez, SOS Racismo (Parte 1); Olga Jubany e Malin Roiha, Università di Barcellona (Parte 2).
- rapporto di analisi di trasferibilità delle migliori prassi identificate, Gabriele Guazzo ed Emiliana Baldoni, Cittalia
- rapporto nazionale Regno Unito, Race on the Agenda
- rapporto nazionale Francia, Fabienne Messica e Françoise Dumont, Ligue des droits de l'Homme
- rapporto nazionale Spagna, Raúl Martínez Corcuera, Università di VIC - Università Centrale di Catalogna, Anaitze Agirre e Edna Gimenez, SOS Racismo (Parte 1); Olga Jubany e Malin Roiha, Università di Barcellona (Parte 2)
- rapporto nazionale Italia, Gabriele Guazzo ed Emiliana Baldoni, Cittalia, con la collaborazione di Mauro Valeri e Roberto Bortone, UNAR.
- rapporto nazionale Germania, Marina Dirks, AWO Arbeit & Qualifizierung gGmbH Solingen

La prima parte descrive inoltre la sperimentazione realizzata nell'ambito del progetto, la partecipazione di studenti e studentesse allo Human Rights Film Festival di Donostia, curata da Raul Martínez Corcuera, Joana Sarrión e Iris V. Estrada (Università di VIC - Università Centrale di Catalogna) e l'analisi dell'impatto e della valutazione dell'esperienza da parte di studenti ed formatori, a cura di Paola Tola (Social Hub).

La seconda parte è stata curata da Elena Bissaca, Francesca Maria Poli e Davide Toso.

Il loro lavoro ha tratto spunto anche dagli stimoli emersi nel confronto con gli altri componenti del gruppo internazionale impegnato nelle attività rivolte a ragazzi e ragazze, e in particolare da:

- Robert Deeks per Aik Saath (UK),
- Olivier Magni per la Ligue de l'Enseignement (Francia),
- Marina Dirks per AWO Arbeit & Qualifizierung gGmbH Solingen (Germania),
- Loira Manzani e David Arratibel per SOS / Zazpi t'Erdi Film productions (Spagna).

In Italia i laboratori sono stati realizzati dai comitati territoriali Arci di Torino, Lecco, Padova, Reggio Emilia, L'Aquila, Pescara, Viterbo, Brindisi.

Si ringraziano Francesco Martella e Valentina Roversi, assistenti al coordinamento del progetto REACT e Annarita Pitruzzella e Ortensia Ferrara, che hanno curato la campagna di comunicazione.

Un ringraziamento va inoltre a tutte le studentesse e gli studenti che hanno preso parte ai laboratori, ai loro insegnanti e naturalmente ai formatori e videomaker che hanno li condotti.

Grafica e impaginazione
Claudia Ranzani
Copertina e illustrazioni
Paolo Contaldo
Stampa
EuroLit s.r.l.
via Bitetto 39 - Rome (Italy)



With the financial support from the Fundamental Rights
and Citizenship Programme of the European Union

www.eurolit.it