



MANUALE ANTIRUMOURS

UNA GUIDA PRATICA PER CONTRASTARE LE DISCRIMINAZIONI
ALL'INTERNO DEI CENTRI GIOVANILI



IL MANUALE ANTIRUMOURS

CAPITOLO 1

1.1 Il progetto DiversaMente



1.2 L'handbook antirumours per *youth workers*



1.3 La struttura dell'handbook



L'INTRODUZIONE TEORICA

CAPITOLO 2

2.1 Si fa presto a dire rumour



2.2 I concetti di base: stereotipi, pregiudizi, discriminazioni, rumours



2.3 La strategia antirumours negli spazi giovanili



EMERSIONE, RIFLESSIONE, MAPPATURA DEI RUMOURS

CAPITOLO 3

3.1 La creazione del gruppo



3.2 Il tipo di attività



3.3 Attivare spazi di discussione



3.4 Mantenere attivo il gruppo



3.5 Un lavoro su di sè



SVILUPPARE E IMPLEMENTARE AZIONI AR

CAPITOLO 4

4.1 Come affrontare i rumours: l'importanza della componente artistica e creativa



4.2 Alcuni esempi concreti di azioni antirumours



4.3 La strategia antirumours e la costruzione di coalizioni territoriali



4.4 Aspettative e fallimento



IL MANUALE ANTIRUMOURS

1.1 Il progetto DiversaMente



1.2 L'handbook antirumours per *youth workers*



1.3 La struttura dell'handbook



1.1 IL PROGETTO DIVERSAMENTE



Il **Progetto #DiversaMente - giovani contro le discriminazioni**, finanziato dall'Agenda Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo, ha avuto luogo a **Milano, Montesilvano, Pontedera, Reggio Emilia e Torino** con l'obiettivo di affrontare la presenza di **stereotipi, pregiudizi e discriminazione** (di genere, orientamento sessuale, età, origine etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, status economico) all'interno degli **spazi e dei gruppi giovanili**.

L'iniziativa, della durata di 26 mesi, è stata portata avanti da un partenariato composto da 6 organizzazioni della società civile (ICEI ente capofila dell'iniziativa, Fondazione Feltrinelli, Movimentazioni APS, ARCI Valdera, Giro del Cielo e Rete delle Case del Quartiere) e 3 enti territoriali (i Comuni di Montesilvano, Pontedera e Reggio Emilia); hanno inoltre fornito un supporto diretto e anche i Comuni di Torino e Milano, il Consiglio d'Europa, UNAR (Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali) e UNITED for Intercultural Action.

#DiversaMente si è svolto in **13 centri di aggregazione** giovanile situati nelle **5 città d'intervento** e ha coinvolto circa **380 giovani e 40 youth workers** in un percorso mirato a fornire conoscenze e strumenti per contrastare stereotipi, discriminazioni e rumours attraverso l'educazione non formale e utilizzando una metodologia sviluppata dal Consiglio d'Europa denominata **strategia antirumours**. Attraverso azioni di attivazione diretta a livello locale, la creazione di una rete nazionale di giovani anti-rumours, la promozione di eventi pubblici e di campagne di comunicazione e sensibilizzazione, #DiversaMente ha coinvolto la cittadinanza e diffuso messaggi di inclusione e di contrasto alle discriminazioni.

Nell'ambito del progetto sono state inoltre prodotte diverse risorse formative per youth workers che intendano affrontare il tema del contrasto alle discriminazioni applicando la strategia antirumours in ambito giovanile:

KIT ANTIRUMORS



Raccoglie materiali didattici, approfondimenti tematici ed esempi di attività da realizzare.

GUIDA PRATICA PER YOUTH WORKER



Strategie e raccomandazioni per un'efficace implementazione di Azioni Anti-Rumours, contenente un set di raccomandazioni per supportare la pianificazione, realizzazione e presentazione delle azioni antirumours nei contesti dei centri giovanili.

GIOCO DIDATTICO DI TIPO LARP



Gioco di Ruolo dal Vivo a tema rumours intitolato 'La Colonia', dotato di un proprio manuale d'utilizzo completo di indicazioni e lista dei materiali per organizzare e facilitare sessioni di gioco.

HANDBOOK ANTIRUMORS



Mette a frutto le buone pratiche e lezioni apprese dall'esperienza del progetto #DiversaMente per trasferirle a chi gestisce e lavora negli spazi giovanili e desidera sviluppare e implementare progettualità antirumours per il contrasto alle discriminazioni.

1.2 L'HANDBOOK ANTIRUMORS PER *YOUTH WORKERS*

L'OBIETTIVO DI QUESTO HANDBOOK

L'handbook integra elementi teorici della strategia antirumours (ARS) del Consiglio d'Europa con l'esperienza maturata in oltre due anni di progetto #DiversaMente in 13 centri giovanili di cinque città italiane con l'obiettivo di fornire uno strumento formativo pratico e completo a chi desidera **sviluppare e implementare una progettualità antirumours** per il contrasto alle discriminazioni nei centri di aggregazione giovanile, coinvolgendo attivamente i ragazzi e le ragazze che lo frequentano.

A CHI PUÒ ESSERE UTILE L'HANDBOOK

Questo handbook si rivolge a:

YOUTH WORKERS

EDUCATORI

EDUCATRICI

che lavorano nei centri giovanili.

Questo handbook si rivolge a **youth workers, educatori ed educatrici** che lavorano nei centri giovanili.

È importante sottolineare che in Italia non esiste una definizione unica di "centro giovanile" poiché le caratteristiche e le modalità di gestione di questi spazi possono variare significativamente da una città all'altra: in alcuni territori questi spazi sono gestiti direttamente dall'amministrazione comunale oppure dati in convenzione a soggetti del privato sociale (cooperative, associazioni, ...); in altri contesti gli spazi di aggregazione non godono di alcun riconoscimento formale, oppure si trovano all'interno di spazi che attraggono un'utenza più ampia. La pluralità di questi modelli organizzativi rende fondamentale un approccio flessibile e adattato alle specificità locali nel promuovere progettualità antirumours.

Allo stesso modo, manca in Italia un riconoscimento legale della professione di operatore giovanile. Chi lavora nei centri giovanili ha profili e background disparati e incarichi diversi. A #DiversaMente hanno partecipato 13 centri giovanili diversi tra loro per strutture e spazi a disposizione, per attività proposte ed età del target di riferimento, per modalità di relazione con gli enti pubblici e i soggetti del territorio.

Ogni spazio ha implementato il percorso antirumours adattandolo al proprio contesto ed esigenze come illustrato nei prossimi capitoli.



COME ABBIAMO SCRITTO QUESTO HANDBOOK

Quello che hai in mano è un handbook costruito a partire dalle **migliori esperienze a livello internazionale** sull'implementazione della strategia antirumours in contesti giovanili. C'è una consistente - ma speriamo non noiosa - parte di **teoria** e molti riferimenti ad altri materiali di approfondimento, arricchita dalle **riflessioni ed esperienze accumulate sul campo** nel corso dei 2 anni di #DiversaMentee e **dalla pluralità delle pratiche** sviluppate dalle 13 realtà coinvolte.

TRIGGER WARNING!

Parlare di stereotipi, pregiudizi e rumours senza fare esempi è possibile, ma molto difficile - e lascia spesso la sensazione di aver parlato di teoria e non di realtà. L'esperienza quotidiana dei centri giovani è un immergersi in un linguaggio fatto anche di queste componenti: perché questo handbook risulti utile a coloro a cui si rivolge, abbiamo ritenuto opportuno **nominare** esplicitamente alcuni stereotipi, pregiudizi e rumours fra quelli riportati dai ragazzi e dalle ragazze coinvolte nelle attività di #Diversamente. Abbiamo ridotto al minimo il numero di esempi e cercato di inserirli solo dove strettamente necessario a fini di chiarimento o esempio, scusandoci se questo dovesse creare delle difficoltà di lettura.

Per quanto riguarda l'utilizzo del **linguaggio inclusivo e l'accessibilità** del testo di questo handbook, abbiamo optato dove possibile per formulazioni che non evidenziassero i generi e, dove non è stato possibile, per l'utilizzo del maschile e del femminile - una scelta che, per quanto ridondante e non inclusiva di tutte le soggettività, risulta leggibile dai sistemi di video lettura (al contrario di schwa, asterischi o altri segni grafici speciali). Le citazioni presenti nel testo - sia da altri testi o dalle interviste a operatori e operatrici - sono invece riportate fedelmente e senza alterazioni.

1.3 LA STRUTTURA DELL'HANDBOOK



CAPITOLO 2: L'INTRODUZIONE TEORICA

La prima strategia antirumours (ARS, acronimo dall'inglese anti-rumours strategy) è stata sviluppata e implementata dalla Città di Barcellona nel 2009 nell'ambito di una più ampia politica interculturale cittadina; da allora, la ARS è stata adottata da decine di enti locali e, più recentemente, adattata ai contesti educativi formali (la scuola) e non formali (i centri giovanili). Nonostante nasca nell'ambito dell'antirazzismo, l'approccio antirumours è ormai utilizzata trasversalmente per affrontare diversi ambiti di discriminazione e contribuisce a sviluppare senso critico, empatia e relazioni positive.

Il **capitolo 2** di questo handbook presenta alcuni concetti di base fondamentali e propedeutici per avviare un percorso anti-rumours: le definizioni di **stereotipo**, **pregiudizio** e **rumours**, la teoria della **piramide dell'odio**, gli **obiettivi formativi e trasformativi** del lavoro con target giovanile. Il capitolo si concentra soprattutto sui rumours e la loro diffusione, fornendo indicazioni e suggerimenti su risorse e materiali didattici a cui attingere.

CAPITOLO 3: EMERSIONE E MAPPATURA DEI RUMOURS

Il **capitolo 3** entra nel vivo attraverso la raccolta di esperienze di chi ha implementato il progetto #DiversaMente nei centri giovanili, offrendo spunti e riflessioni su come **selezionare, coinvolgere e tenere** agganciato un gruppo di giovani in un percorso anti-rumours; come introdurre il tema; come **gestire** le discussioni che possono nascere intorno ad argomenti sensibili e delicati come quelli legati alle discriminazioni; e come far **emergere e mappare** i rumours più presenti nei contesti giovanili.

È importante notare - e si vedrà meglio durante il capitolo - che non è il gruppo ad adattarsi alla strategia, bensì il contrario: la fase di emersione e mappatura è fondamentale per individuare i rumours (e quindi gli stereotipi e i pregiudizi che vi stanno alla base) che il gruppo ritiene più urgente affrontare e sui quali sarà disposto a lavorare sul lungo periodo.

CAPITOLO 4: SVILUPPARE E IMPLEMENTARE AZIONI AR

È superfluo (e frustrante) accrescere la consapevolezza e la sensibilità su di un determinato argomento senza fornire allo stesso tempo gli strumenti necessari per agire. Per chi si impegna in una forma di attivismo è importante vedere che la realtà si può cambiare.

In linea con i contenuti della **Guida Pratica per Youth worker: strategie e raccomandazioni per un'efficace implementazione di Azioni Anti-Rumours**, il **capitolo 4** presenta alcuni esempi, spunti e riflessioni su come trasformare le nozioni apprese in azioni concrete, estendendo il lavoro oltre il gruppo e il centro giovanile. Questo implica il coinvolgimento di scuole, famiglie e gruppi di amicali, imparando a gestire le proprie aspettative e, perché no, la possibilità di un insuccesso.

INTRODUZIONE TEORICA

2.1 Si fa presto a dire rumour



2.2 I concetti di base: stereotipi, pregiudizi, discriminazioni, rumours



2.3 La strategia antirumours negli spazi giovanili



2.1 SI FA PRESTO A DIRE RUMOUR



Commenti sessisti sull'opportunità che "le donne stiano a casa". La parola "gay" brandita come un'arma durante le partite di pallone. Scambi di battute (o almeno supposte tali da chi le pronuncia) razziste. Chi lavora quotidianamente con un target giovanile - e soprattutto chi lavora nei Centri Giovani, dove il controllo formale di quel che si dice è allentato rispetto alla scuola - ha ben presente il quadro.

Le attività di emersione e mappatura condotte nell'ambito del progetto #DiversaMente confermano come stereotipi, pregiudizi, rumours e fenomeni di discriminazione siano estremamente presenti nei contesti frequentati da giovani, manifestandosi più frequentemente a scuola, nei gruppi di pari, nei luoghi di aggregazione reali (bar, piazze, centri sportivi) e virtuali (social network), con migranti, persone LGBTQ+, donne, disabili e persone con corpi non conformi tra le categorie più colpite.

Il linguaggio utilizzato da ragazze e ragazzi è intriso di stereotipi che agiscono come strumenti di (auto-)definizione su cui fanno affidamento nelle relazioni interpersonali.

"I ragazzi sono totalmente immersi nei rumours, a volte nemmeno si rendono conto di subirli o di metterli in pratica [...] o delle conseguenze gravi che possono avere. È importante farli riflettere sul tema"

- AARON

Riflettere su pregiudizi, stereotipi e rumours significa innanzitutto affrontare i temi che vi stanno alla base, e cioè il vissuto che spesso i ragazzi e le ragazze si portano dietro.

- MARIAGRAZIA E MARTINA

"L'antirumours ci permette di lavorare sul loro vissuto perché i ragazzi se li sentono addosso; li usano sugli altri e li sentono su se stessi", Ivana - "è un modo diverso di osservare te stesso e gli altri, molto pratica. Di teoria [i ragazzi] ne parlano già moltissimo, ma questo approccio permette loro di fare il passaggio [con la quotidianità]"

"L'antirumours ci permette di lavorare sul loro vissuto perché i ragazzi se li sentono addosso; li usano sugli altri e li sentono su se stessi",

- IVANA

- MASSIMO

"Il valore aggiunto di lavorare con la metodologia antirumours è che ci ha permesso di far percepire ai ragazzi che non si tratta di questioni astratte. Ai ragazzi racconto che si tratta di una scelta: prendere in mano la questione e cambiare comportamento, oppure far finta di nulla e andare avanti così"

Il presente capitolo ripercorre alcuni dei presupposti teorici e degli elementi fondamentali della strategia antirumours per il contrasto alle discriminazioni.

2.2 I CONCETTI DI BASE



STEREOTIPO
PREGIUDIZIO
DISCRIMINAZIONE
RUMOUR



<h1>STEREOTIPO</h1> <p style="text-align: right;">/ste-re-ò-ti-po/</p>	
<p>Gli stereotipi sono generalizzazioni che investono intere categorie o gruppi di persone a cui vengono associate caratteristiche particolari. Poiché sono generalizzazioni, la forma tipica di uno stereotipo è che “tutti gli X sono Y” [oppure, che è la stessa cosa: “nessun X è Y”]: tutti gli italiani sono appassionati di calcio; tutte le donne sono emotive e nessun uomo è sensibile; tutti i giovani sono scansafatiche, e così via. Anche se nel linguaggio parlato gli aggettivi indefiniti “tutti” o “nessuno” sono spesso omessi (“i giovani” e non “tutti i giovani”, e così via), nel senso di queste affermazioni essi rimangono implicitamente presenti. Gli stereotipi possono essere negativi o, più raramente, positivi, ma in entrambi i casi negano l'individualità delle persone e il riconoscimento della diversità all'interno dei gruppi o categorie oggetto di stereotipizzazione.</p>	<div style="background-color: #00a6c9; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> ESERCIZIO PRATICO </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> </div> <p style="color: #00a6c9; font-weight: bold; margin-top: 10px;"> PROVA AD ASCOLTARE I/LE RAGAZZ*DEL TUO CENTRO MENTRE DISCUTONODI UN TEMA QUALSIASI. PRENDI NOTA! </p> <p style="color: #00a6c9; font-size: small;"> Quante volte emergono delle frasi di questo tipo? A chi si riferiscono più spesso? Si tratta di gruppi creati a partire dal genere (gli uomini/le donne), dalla provenienza(gli italiani/i rumeni/ gli arabi), dall'età (i giovani/i vecchi) o da altri fattori? </p>

<h1>PREGIUDIZIO</h1> <p style="text-align: right;">/pre-giu-dì-zio/</p>	
<p>Si tratta di un giudizio preventivo nei confronti di una persona basa su uno stereotipo: “poiché tutti gli X sono Y, se incontro un appartenente al gruppo X, anche se non lo conosco, mi aspetto che sia Y - e questo mi piace / non mi piace”. Se la generalizzazione che crea gli stereotipi è una funzione razionale della mente che tende a creare schemi e raggruppamenti per codificare la realtà, i pregiudizi rappresentano invece</p>	<p>una dimensione emotiva. Si tratta di un processo perlopiù inconscio, molto rapido e che può assumere un connotato positivo (apprezzamento, fiducia, empatia) o negativo (avversione, diffidenza, paura o addirittura odio). Chi pensa che “i giovani sono tutti scansafatiche” potrebbe provare emozioni negative - di sfiducia, di disillusione, di rabbia - nei confronti di qualunque giovane.</p>

<h1>DISCRIMINAZIONE</h1> <p style="text-align: right;">/di-scri-mi-na-zió-ne/</p>							
<p>Stereotipi e pregiudizi, oltre a negare l'individualità delle persone, possono influenzare i nostri comportamenti nei confronti delle altre persone.</p> <p>Generalizzare nei confronti di una categoria di persone (“i giovani sono scansafatiche”) e giudicare gli appartenenti a quella categoria senza conoscerli (“quindi Paolo, che è giovane, è sicuramente scansafatiche”) può portare a una discriminazione, cioè a un'azione che comporta un ingiusto trattamento o l'esclusione dal godimento di un servizio o un'opportunità di alcune persone a causa dell'appartenenza, vera o presunta, a un gruppo sociale (“a parità di condizioni, non assumerò Paolo per un lavoro perché mi aspetto che non lo porterà a termine”).</p>	<div style="background-color: #00a6c9; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> IN SINTESI </div> <p style="color: #00a6c9; font-size: small; margin-top: 5px;"> Le relazioni verso gli altri sono influenzate da fattori: </p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%; padding: 5px;"> <p style="color: #00a6c9; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">COGNITIVI</p> <p style="color: #00a6c9; font-size: small;">Che implicano una credenza</p> </td> <td style="width: 30%; text-align: center; padding: 5px;"> STEREOTIPO </td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> <p style="color: #00a6c9; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">AFFETTIVI</p> <p style="color: #00a6c9; font-size: small;">Che implicano emozioni e sentimenti</p> </td> <td style="text-align: center; padding: 5px;"> PREGIUDIZI </td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> <p style="color: #00a6c9; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">COMPORTAMENTALI</p> <p style="color: #00a6c9; font-size: small;">Che implicano azioni concrete</p> </td> <td style="text-align: center; padding: 5px;"> DISCRIMINAZIONI </td> </tr> </table>	<p style="color: #00a6c9; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">COGNITIVI</p> <p style="color: #00a6c9; font-size: small;">Che implicano una credenza</p>	STEREOTIPO	<p style="color: #00a6c9; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">AFFETTIVI</p> <p style="color: #00a6c9; font-size: small;">Che implicano emozioni e sentimenti</p>	PREGIUDIZI	<p style="color: #00a6c9; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">COMPORTAMENTALI</p> <p style="color: #00a6c9; font-size: small;">Che implicano azioni concrete</p>	DISCRIMINAZIONI
<p style="color: #00a6c9; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">COGNITIVI</p> <p style="color: #00a6c9; font-size: small;">Che implicano una credenza</p>	STEREOTIPO						
<p style="color: #00a6c9; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">AFFETTIVI</p> <p style="color: #00a6c9; font-size: small;">Che implicano emozioni e sentimenti</p>	PREGIUDIZI						
<p style="color: #00a6c9; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">COMPORTAMENTALI</p> <p style="color: #00a6c9; font-size: small;">Che implicano azioni concrete</p>	DISCRIMINAZIONI						



RUMOUR		'rō omər
<p>A metà fra stereotipi e discriminazione, i rumours sono delle dichiarazioni trasmesse per passaparola a cui le persone prestano fede pur non essendo presente nessun elemento di prova certo. I rumours nascono da stereotipi o atteggiamenti preesistenti e li rafforzano in un circolo vizioso che permette il diffondersi di discorsi d'odio e giustifica azioni discriminatorie. "Le offerte di lavoro ci sono, è che i giovani non vogliono accettarle"; oppure "i giovani quando vanno a un colloquio di lavoro la prima cosa che chiedono sono le ferie" sono ottimi esempi di rumours - cioè voci che hanno l'aspetto di "notizie", ma senza un riscontro fattuale - basati sugli stereotipi già analizzati.</p>	NOTA	↘
	<p>Spesso è complicato distinguere fra stereotipi e rumours. E va bene così! Non dobbiamo scrivere un trattato scientifico, ma far lavorare i ragazzi su un certo tema. Accetta l'imprecisione purché si vada avanti!</p>	

STEREOTIPO

PREGIUDIZIO

DISCRIMINAZIONE

RUMORS

2.2 LA DIFFUSIONE DEI RUMOURS

Ci sono varie ragioni per cui i rumours trovano ampia diffusione:

SONO RIPORTATI DA QUALCUNO A CUI ATTRIBUIAMO CREDIBILITÀ

Soprattutto in contesti informali: a scuola, al bar, in famiglia. Chi diffonde un rumour non ha alcun interesse economico o personale a mentire e spesso non sa di farlo; in questo senso, i rumours e la loro diffusione rientrano nella casistica della misinformazione piuttosto che della disinformazione (che è invece la diffusione deliberata di notizie che si sanno essere false).

01

RIGUARDANO TEMI CHE CI STANNO A CUORE

Nessuna informazione si diffonde rapidamente se non tratta un tema interessante: che siano le relazioni fra i generi, la diffusione di un virus oppure la sicurezza urbana, sono i temi "caldi" quelli su cui abbiamo bisogno di trovare rassicurazioni. Avere una risposta condivisa da chi ci sta intorno aiuta a gestire meglio (e socializzare) l'ansia, l'incertezza, e la paura.

02

NOI DESIDERIAMO FAR PARTE DELLA MAGGIORANZA E...

Poiché i rumours sono diffusissimi nei contesti che frequentiamo, occorre un certo allenamento (e voglia, e tempo, ed energie) per opporvisi. D'altra parte, ripeterli significa sentirsi parte di un gruppo che condivide una conoscenza comune.

03

SONO FONDATI SU STEREOTIPI E PREGIUDIZI CONSOLIDATI

Spesso i rumours nascono e trovano ampia diffusione perché vanno a corroborare idee o credenze precedenti di coloro che li accolgono. Circolando, però, i rumours rafforzano le basi su cui poggiano, in una profezia che si autoavvera.

04

2.2 LA DIFFUSIONE DEI RUMOURS



La diffusione incontrollata dei rumours è problematica perché, oltre al dolore e alla sofferenza che provocano, normalizzano i fenomeni di discriminazione. Secondo un approccio largamente condiviso, la cosiddetta **piramide dell'odio** è un costrutto sociale la cui punta è formata dai casi più estremi (e, fortunatamente, rari) di discriminazione, cioè l'omicidio o il genocidio. Questo vertice poggia però su basi via via meno gravi - i crimini e i discorsi d'odio, la discriminazione, i rumours, i pregiudizi, gli stereotipi - ma largamente più diffusi.



Spezzare il circolo vizioso generato dalla diffusione dei rumours è uno degli obiettivi principali della ARS, che agisce quindi in via **preventiva** per evitare le forme più gravi di discriminazione.

“Con altre metodologie si va a contrastare un’azione o un pregiudizio specifico. Attraverso la metodologia antirumours, invece, si mostrano ai ragazzi i passaggi mentali. È un lavoro più ad ampio spettro”

- AARON

2.3 LA STRATEGIA ANTIRUMOURS NEGLI SPAZI GIOVANILI



La strategia antirumours è stata sviluppata inizialmente **dalle e per le amministrazioni locali**: da quando è stata codificata per la prima volta - a Barcellona, nel 2009 - è stata implementata in numerose altre città ed è diventata una buona pratica riconosciuta dalla rete delle Città Interculturali promossa dal Consiglio d'Europa. Per chi volesse approfondire il tema, si rimanda al manuale edito dal Consiglio d'Europa e alla relativa pagina sul sito istituzionale; una buona panoramica aggiornata dei materiali a disposizione si trova anche nel Kit Antirumours del progetto #DiversaMente.

Dopo l'ambito delle amministrazioni locali, la ARS si è diffusa negli ambienti educativi. La scuola e gli spazi di aggregazione non formali svolgono infatti un ruolo centrale nel processo di **socializzazione, inclusione** (o esclusione) sociale e nella **costruzione della rappresentazione di sé e dell'altro**.

Gli spazi educativi hanno un potenziale enorme nel generare o ridurre stereotipi e pregiudizi e per cambiare le norme sociali. La strategia antirumours risulta particolarmente indicata in quanto

“utilizza un linguaggio e delle modalità molto efficaci con i ragazzi: semplici, interattive, mai “scolastiche”. Non si scende mai nella lezione o nella conferenza. Poiché si basa anche sulle arti - come la musica o i disegni - funziona persino con quei ragazzi che hanno difficoltà con la lingua”

- IVANA

Come evidenziato dalla Antirumours Guide for the Educational Field, lavorare nel contrasto ai rumours permette di raggiungere tre obiettivi educativi e trasformativi.

SVILUPPARE RELAZIONI POSITIVE

L'esposizione diretta o indiretta a situazioni intergruppi rende le persone appartenenti a gruppi diversi (variamente definiti: per genere, età, provenienza, status sociale, eccetera) capaci di “individualizzarsi” a vicenda e di non cadere in visioni stereotipate dell'altro. Affinché questa interazione abbia risultati positivi, deve soddisfare una serie di condizioni:

**DEVE AVVENIRE
TRA PERSONE CHE
SI PERCEPISCONO
- E SI TRATTANO -
COME PARI**

**DEVE ESSERE SUFFICIENTEMENTE
LUNGO E RAVVICINATO DA
CONSENTIRE LO SVILUPPO DI
RELAZIONI SIGNIFICATIVE O DI
AMICIZIE TRA PARTECIPANTI**

**DEVE ESSERE
BASATO SULLA
COOPERAZIONE
PIUTTOSTO CHE
SULLA COMPETIZIONE**

Riguardo in particolare l'ultimo punto, la strategia antirumours punta molto sulla costruzione di eventi e prodotti proprio per incentivare una cooperazione intergruppo spesso estranea alle dinamiche scolastiche (in cui invece il voto spinge a competere).

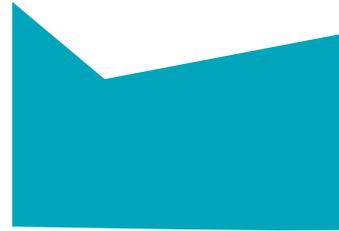
2.3 LA STRATEGIA ANTIRUMOURS NEGLI SPAZI GIOVANILI



PROMUOVERE CONOSCENZA E PENSIERO CRITICO

L'insegnamento e la sensibilizzazione riguardo alla diversità hanno un effetto profondo sul modo in cui osserviamo il mondo, così come conoscere il funzionamento e la logica di ogni cultura aiuta a comprendere meglio quella di origine. In altre parole, la sensibilizzazione a ciò che condiziona la nostra percezione e interpretazione della diversità ci farà mettere in discussione il modo in cui impariamo e consideriamo "l'altro".

Inoltre, è importante incoraggiare il **pensiero critico o l'introspezione** per permettere di riflettere sul modo in cui le nostre credenze costruiscono il nostro mondo. La strategia antirumours prevede infatti due fasi: affrontare i rumours che i ragazzi e le ragazze subiscono e per cui soffrono - e poi spostare il focus su quelli che loro in prima persona agiscono e che devono imparare a disapplicare.



"[i ragazzi e le ragazze] ne utilizzano tantissimi [...] Questo ci permette di lavorare sul loro vissuto perché i ragazzi se li sentono addosso; li usano sugli altri e li sentono su se stessi"

- IVANA

RAFFORZARE L'INTELLIGENZA EMOTIVA

L'**intelligenza emotiva** è un elemento che spesso viene ignorato nell'educazione o a cui viene data meno importanza rispetto al pensiero razionale; tuttavia, l'una e l'altro vanno di pari passo e i processi legati alle emozioni sono necessari per trasformare le conoscenze teoriche acquisite in situazioni reali.

È quindi essenziale promuovere la capacità di provare empatia, una facoltà emotiva che la dottoressa Brené Brown definisce come "una scelta di vulnerabilità che permette di creare connessioni" e che pone in contrasto con la compassione, "che crea un'asimmetria di potere e spinge alla disconnessione con l'altro". Lo sviluppo di una **relazione empatica** permette e richiede di

**PORSI NEI PANNI
DI ALTRE PERSONE,
CAMBIANDO
LA PROPRIA
PROSPETTIVA**

**RICONOSCERE DENTRO DI SÉ
LE EMOZIONI PROVATE DA CHI
SI HA DI FRONTE, PER QUANTO
SPIACEVOLI O SCOMODE
POSSANO ESSERE**

**PORSI IN
ATTEGGIAMENTO
DI ASCOLTO
E NON
GIUDICANTE**

**ACQUISIRE
LA CAPACITÀ
DI COMUNICARE
LA SINTONIA
EMOTIVA TROVATA**

PER CONCLUDERE



STEREOTIPO PREGIUDIZIO DISCRIMINAZIONE RUMORS

- 01** SONO RIPORTATI DA QUALCUNO A CUI ATTRIBUIAMO CREDIBILITÀ
- 02** RIGUARDANO TEMI CHE CI STANNO A CUORE
- 03** NOI DESIDERIAMO FAR PARTE DELLA MAGGIORANZA E...
- 04** SONO FONDATI SU STEREOTIPI E PREGIUDIZI CONSOLIDATI

PIRAMIDE ANTIRUMORS

La diffusione incontrollata dei rumours è una problematica, secondo la **piramide dell'odio** è un costrutto sociale la cui punta è formata dai casi più estremi. Spezzare il circolo vizioso generato dalla diffusione dei rumours è uno degli obiettivi principali della **ARS**.



STRATEGIA ANTIRUMOURS NEGLI SPAZI GIOVANILI

DEVE AVVENIRE TRA PERSONE CHE SI PERCEPISCONO - E SI TRATTANO - COME PARI

DEVE ESSERE SUFFICIENTEMENTE LUNGO E RAVVICINATO DA CONSENTIRE LO SVILUPPO DI RELAZIONI SIGNIFICATIVE O DI AMICIZIE TRA PARTECIPANTI

DEVE ESSERE BASATO SULLA COOPERAZIONE PIUTTOSTO CHE SULLA COMPETIZIONE

MATERIALI

KIT ANTIRUMOURS ↘

MATERIALI TEORICI E PRATICI SUI RUMOURS → KIT ANTIRUMOURS

GUIDA ALL'UTILIZZO DELLA STRATEGIA ANTIRUMOURS NEL CONTESTO EDUCATIVO → ANTIRUMOURS' GUIDE FOR THE EDUCATIONAL FIELD

PER APPROFONDIRE SUL RUOLO DELLE FIGURE EDUCANTI NEL CONTRASTO ALL'OPPRESSIONE:

- PEDAGOGIA DEGLI OPPRESSI, PAULO FREIRE
- TRILOGIA SULL'EDUCAZIONE, BELL HOOKS
 - INSEGNARE A TRASGRESSIONE
 - INSEGNARE COMUNITÀ
 - INSEGNARE PENSIERO CRITICO

EMERSIONE RIFLESSIONE MAPPATURA DEI RUMOURS

3.1 La creazione del gruppo



3.2 Il tipo di attività



3.3 Attivare spazi di discussione



3.4 Mantenere attivo il gruppo



3.5 Un lavoro su di sè



Questo capitolo, costruito a partire dall'esperienza concreta di implementazione della strategia antirumours nell'ambito del progetto #DiversaMente, mira a fornire indicazioni pratiche a chi vuole avviare un percorso su stereotipi, rumours e discriminazioni con un target giovanile.

La metodologia della strategia antirumours prevede tre fasi:

- 1. Introduzione** della tematica ed **emersione** dei rumours più rilevanti per il target.
- 2. Co-progettazione di azioni antirumours** che possono assumere diversa forma: dalla mostra fotografica al torneo sportivo, dal contest di musica trap allo spettacolo teatrale, dal gioco di ruolo alla street art.
- 3.** Supportare i e le giovani nell'implementazione di azioni antirumours coinvolgendo altri **partner sul territorio** (le famiglie, le associazioni del territorio, i movimenti, le istituzioni locali) attraverso la creazione di un'alleanza locale con stakeholders rilevanti per le tematiche trattate.

3.1 LA CREAZIONE DEL GRUPPO



Il primo passo, in ogni caso, consiste nel **selezionare e ingaggiare un gruppo di giovani**. Quasi tutti i centri giovanili di #DiversaMente hanno creato gruppi coinvolgendo giovani che già frequentavano il centro giovanile e disponibili a impegnarsi e a esporsi su una tematica delicata come quella del contrasto alle discriminazioni.

“Noi siamo partiti da un gruppo che già avevamo; in un secondo momento abbiamo creato due gruppi a seconda degli interessi e dell’impegno dei partecipanti”

- GHASSAN

I gruppi creati nell'ambito di #DiversaMente avevano una dimensione medio-piccola (8-20 partecipanti per gruppo) ed erano omogenei per età. È importante ricordare che il gruppo di giovani non deve adattarsi alla strategia, bensì il contrario: tempi e modalità di realizzazione del percorso sono state stabilite da ogni spazio giovanile in base al proprio contesto e programmazione e le attività modulate e tarate in base alle caratteristiche di ogni gruppo:

“Occorre prestare attenzione al tipo di gruppo. Per il gruppetto dei più piccoli abbiamo tenuto un livello più leggero, dando la possibilità di non esporsi più tanto. Il gruppo dello sport, più unito, è stato invitato a fare una riflessione anche personale o di dinamiche interne al gruppo”

- ALICE

3.1 LA CREAZIONE DEL GRUPPO



Lavorare con gruppi grandi, infatti, è spesso problematico:

“un gruppo più largo può essere un problema perché i ragazzi stanno assieme perché sono amici e non perché sono interessati al tema. In un gruppo più ampio, inoltre, è più difficile prestare la dovuta attenzione ai percorsi personali e gestire discussioni su temi che possono provocare dolore”

- AARON

3.2 IL TIPO DI ATTIVITÀ

Una volta costituito un gruppo di giovani, occorre introdurre il tema. Chi ne ha fatto esperienza suggerisce di utilizzare le metodologie dell'**educazione non formale**, evitando approcci frontali o troppo teorici e privilegiando l'utilizzo di attività pratiche, ludiche e dinamiche; sessioni brevi per evitare la perdita di attenzione; e una modulazione del linguaggio e dei contenuti in base al target.

“Attività che non funzionano: ciò che è frontale e che ricorda la didattica! Attività che funzionano: brevi, ludiche, in gruppo. Con i ragazzi la teoria funziona fino a un certo punto - mentre le attività non formali [vedi elenco sotto] sono molto più utili”

- MARIAGRAZIA
E MARTINA

“[Funzionano le] attività di riflessione, di confronto e ludiche o di movimento. Mai ripetere le stesse attività più volte, perché abbassa il livello di attenzione! Occorre fornire ai ragazzi stimoli differenti!”

- VALENTINA
E MAURIZIO

L'ideale è partire con attività che stimolino una discussione, come ad esempio: l'analisi dei testi delle canzoni più in voga; il role playing e il teatro per facilitare l'immedesimazione in situazioni discriminanti; lettura di riviste e giornale per analizzare testi e immagini; visione di film e documentari che affrontano specifiche forme di discriminazione per approfondire alcune tematiche (genere, identità, etnia e cultura).

Altre volte, l'anonimato può essere un utile strumento per far partire la discussione nei gruppi più bloccati o timidi:

“le attività anonime sono molto efficaci per non far esporre i ragazzi. La risposta alla domanda “chi è stato vittima di rumour” è stata spesso il silenzio. Ma se usiamo una scatola e dei foglietti e lasciamo rispondere ragazzi e ragazze in forma anonima, ecco che riceviamo tantissime risposte. Anche le survey in luoghi pubblici o per strada hanno funzionato - sono emerse cose molto, molto personali”

- FRANCESCA
PONTERERA

3.2 IL TIPO DI ATTIVITÀ



Il Kit Antirumours contiene diversi suggerimenti di attività che introducono al tema degli stereotipi, dei pregiudizi, dei rumours. Qui di seguito riportiamo un breve elenco di quelle più salienti:



FAI UN PASSO AVANTI

Un'attività del manuale per l'Educazione ai Diritti Umani del Consiglio d'Europa "Compass" utile per affrontare il tema dei privilegi all'interno di un gruppo. Un'alternativa è la "corsa discriminatoria".

[Guarda il video](#)



DA CHE PARTE STAI?

Un'altra delle attività del Compass che può aiutare il target a uscire dalla logica del "sì / no" e rendere la riflessione più articolata. Molto indicata per gruppi solitamente silenti.



EROI ED EROINE

L'attività, sempre ripresa dal Compass, prevede di individuare un certo numero di eroi ed eroine e di descriverne le qualità in piccoli gruppi. La discussione plenaria consente poi di riflettere su quali qualità sono generalmente associate agli eroi maschi e quali alle eroine femmine.



IO CHI SONO?

Attività tratta dal manuale di ICEI Antirumours a scuola che permette di riflettere sulla propria identità personale e sul concetto di identità multiple.



CESTINO ANTIRUMOURS

Altra attività tratta da Antirumours a scuola e che aiuta il gruppo a capire gli effetti delle parole "che feriscono" e che chiunque può subire o imporre rumours (d)alle altre persone.



CONTROCARTE

Un set di carte composto da 18 immagini che invitano a riflettere (giocando) sugli stereotipi comuni associati a genere, salute/disabilità, etnia/nazionalità/provenienza, peso, professione/stili di vita, genere/ orientamento sessuale.



RAGGRUPPAMENTI

Attività che permette a un gruppo di mischiarsi e ricrearsi su basi diverse (scarpe indossate, colore o taglio di capelli, mezzo di trasporto usato per raggiungere la scuola, eccetera), evidenziando come i gruppi possono variare a seconda delle identità.

Alcune volte basta un video per avviare una discussione, come questi utilizzati dal CAG Lambrateam di Milano:

[La poesia di Fatima contro le discriminazioni a Italia's Got Talent](#)

[Contro ogni discriminazione: #sonofattitui](#)

[La sfida tra donne e uomini \[Esperimento sulla disuguaglianza\]](#)

3.3 ATTIVARE SPAZI DI DISCUSSIONE



Dopo le attività di introduzione della tematica, è molto importante prevedere un momento di discussione (chiamata debriefing), per lasciare spazio ai ragazzi e alle ragazze di esprimere la propria opinione.

“I ragazzi hanno poco tempo e spazio per riflettere su se stessi”

VALENTINA
E MAURIZIO

cosa che raramente possono fare liberamente senza sentirsi giudicati da adulti e figure educanti. È quindi estremamente importante costruire:

“un ambiente inclusivo in cui tutti possono esprimere le proprie opinioni; questo li incoraggia a proseguire il discorso”

IMANE

Anche creando uno spazio di discussione sicuro e inclusivo, alcune tematiche possono risultare difficili da trattare: omofobia, sessismo e violenza di genere, razzismo possono essere solamente dei concetti astratti per alcuni partecipanti, e una dolorosa e quotidiana esperienza per altri. La necessità di creare uno spazio di non giudizio deve fare i conti con il bisogno di garantire chi si mette in gioco.

Non esiste una regola unica per creare spazi di discussione sicuri e protetti, ma sicuramente il debriefing rappresenta un momento centrale per **gestire eventuali conflitti** o situazioni che possono aver ferito o messo a disagio alcuni o alcune delle partecipanti.

Di seguito alcune semplici indicazioni per condurre e moderare un buon debriefing tratte dal Toolkit II **(lungo) viaggio verso una scuola (finalmente) antirazzista:**

01. PARTIRE SUBITO
02. LE EMOZIONI
03. RIPERCORRERE E ARTICOLARE
04. APPRENDIMENTO
05. IL MONDO REALE

3.3 ATTIVARE SPAZI DI DISCUSSIONE



Non esiste una regola unica per affrontare questo tipo di situazioni ma, sicuramente, il momento del debriefing (cioè la discussione che coinvolge ragazzi e ragazze e che li invita a riflettere e discutere su quello che hanno visto, provato, appreso) è uno spazio fondamentale per gestire eventuali conflitti fra partecipanti. Di seguito alcune semplici indicazioni per condurre un buon debriefing, tratte dal Toolkit Il (lungo) viaggio verso una scuola (finalmente) antirazzista:

PARTIRE SUBITO

Il debriefing dovrebbe iniziare il prima possibile, e non rimandato all'incontro successivo, poiché impressioni, emozioni e attitudini cambiano molto velocemente ed è fondamentale mantenere il focus del gruppo. Dopo ogni attività, quindi, è importante riservare il tempo per discuterla.

È utile avviare il debriefing dall'aspetto emotivo: quali sono i sentimenti, e i pensieri riguardo all'attività appena completata?

PARTIRE DALLE EMOZIONI

Un buon modo per avviare questa discussione, soprattutto con i gruppi più timidi, è chiedere a ogni partecipante di dire come si sente usando una sola parola.

START →

01



02



RIPERCORRERE E ARTICOLARE

Una volta lasciato a ogni partecipante lo spazio per esprimere come si sente, è possibile ripercorrere l'attività e discuterne.

03



APPRENDIMENTO

Una volta rivelate le emozioni e rielaborati i fatti, se non vi sono conflitti aperti, il gruppo è pronto per iniziare a identificare il proprio apprendimento: qual era l'oggetto dell'attività? Che cosa ha appreso ogni partecipante?

04

IL MONDO REALE

Una volta chiarito cosa si è imparato, è opportuno riferire l'esperienza fatta nel piccolo gruppo controllato della classe con quanto avviene al di fuori.

05



3.3 ATTIVARE SPAZI DI DISCUSSIONE



Questo ultimo aspetto in particolare è molto utile per esplorare la dicotomia “subire vs applicare” rumours:

“[all’inizio] I ragazzi non li riconoscevano, o non li volevano riconoscere. Ma poi subentra la consapevolezza: tu ti lamenti che [di essere vittima di rumours], ma vedi che in alcuni casi li diffondi anche tu”

- MASSIMO

Conoscere bene il gruppo con cui si lavora è un vantaggio nel moderare e facilitare il debriefing:

“Può aiutare fare molto lavoro in piccoli gruppi [più gestibili], che poi si restituivano in plenaria. E anche mescolare i e le partecipanti nei sottogruppi il più possibile in modo da creare relazioni”

- MARIANNA E MASSIMO

“Quello a cui prestiamo attenzione è capire cosa li smuove. Questo è utile anche a collegare la riflessione teorica con la quotidianità”

- AARON

“Una delle domande chiave che facciamo è: vi è mai capitato di essere discriminati, di sentirvi fuori luogo, esclusi da determinati contesti? E perché? Da qui, dalla loro esperienza possiamo far emergere ed esplicitare le cause e le dinamiche della discriminazione e dei rumours”

- GAS

Infine, mai sottovalutare il ruolo dell’educazione fra pari all’interno del gruppo:

“Alcune fragilità emergono in modo scomposto se a intervenire sono gli adulti. È importante la presenza di educatori ed educatrici peer per ammorbidire la paura del giudizio”, Ghassan - “la reazione dei pari è stata molto utile per affrontare il tema dell’omofobia all’interno del gruppo”

- MARIAGRAZIA E MARTINA

3.4 MANTENERE ATTIVO IL GRUPPO



Una delle sfide maggiori nella strutturazione di un percorso antirumours con un target giovanile è mantenere il gruppo ingaggiato e motivato.

“Tenere i ragazzi sempre attivi, interessati e accesi è difficile, soprattutto senza uno spazio che loro frequentano assiduamente”

- PONTEDERA

“[C'è una grande] difficoltà nella continuità partecipativa dei ragazzi: alcuni rimangono legati al Centro, ma altri lavorano, hanno l'esame di maturità, mille altri impegni e così via. Anche il numero dei partecipanti varia molto, talvolta da una settimana all'altra”

- VALE E MAURI

Anche in questo caso non esiste una soluzione univoca per garantire un ingaggio duraturo del gruppo di giovani. Tra le soluzioni sperimentate dai centri giovanili coinvolti in #Diversamente per mantenere alta la motivazione del gruppo ci sono:

1



La scelta di utilizzare attività interattive e pratiche (es. laboratori artistici, giochi di ruolo etc) per rendere gli incontri più dinamici e divertenti stimolando l'apprendimento esperienziale.

2



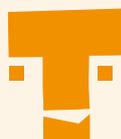
Rafforzare relazioni e legami tra i membri del gruppo attraverso attività mirate e momenti dedicati possono per aumentare il supporto reciproco e la motivazione.

3



Mantenere flessibilità e adattamento adattando le attività in base ai bisogni e agli interessi del gruppo.

4



Coinvolgere figure di riferimento per i giovani (es. influencer, cantanti) per condividere le loro esperienze.

La forza dell'approccio antirumours risiede proprio sua adattabilità e modulabilità in base ai bisogni e agli interessi dei gruppi coinvolti. I rumours su cui lavorare devono essere quelli individuati e fatti emergere dal gruppo di giovani, e non dagli e dalle youth workers; allo stesso modo, la modalità con cui lavorare alla decostruzione del rumours - arte, sport, musica, teatro - deve conciliare le **disponibilità** di spazi e **competenze** del centro giovanile con le **passioni** e predisposizioni del gruppo.

Una volta approcciato e discusso il tema, infatti, la fase successiva consiste nell'individuare una metodologia per lavorare alla decostruzione dei rumours. Nel prossimo capitolo andremo a esplorare quelle utilizzate nel progetto.

3.5 UN LAVORO SU DI SÈ

Lavorare su stereotipi e pregiudizi portati dal gruppo giovani può non essere semplice, soprattutto perché, come nota Valentina Migliorini nel Toolkit sull'educazione edito da Razzismo brutta Storia, "tutte abbiamo dei pregiudizi impliciti": **anche docenti e youth workers**.

Lavorare su questi temi può e deve toccare le aree di sensibilità di operatori e operatrici: se ciò non accade, significa che le attività rimangono ancora a un livello molto superficiale.

La frenesia delle attività quotidiane e la costante carenza di risorse costringono spesso i team educativi a lavorare in emergenza, limitando così il tempo da dedicare alla condivisione, al confronto e alla crescita collettiva.

Eppure, secondo il formatore e ricercatore inglese Delroy Hall, "una docente è incapace di guidare le sue studenti oltre il punto fino al quale ha esplorato se stessa". Insomma: per chiedere ai ragazzi e alle ragazze di fare qualcosa (di mettersi in discussione, di parlare dal profondo, di esporsi davanti a pari), **occorre che gli adulti e le adulte nella stanza siano pronti e pronte a fare altrettanto**.

Nel già citato Toolkit sull'educazione, la psicoterapeuta e attivista Ronke Oluwadare ricorda come "uno degli aspetti più delicati è proprio l'enorme peso emotivo che comporta affrontare questo tipo di temi in una classe" - o in uno spazio giovanile.

Esistono alcuni strumenti che possono supportare un team educativo di adulti nell'affrontare ed elaborare i propri sentimenti riguardo a rumours, stereotipi, pregiudizi o fenomeni di discriminazione: alcune persone potrebbero essere state vittime, in passato, degli stessi stereotipi - mentre altre potrebbero esserci trovate dalla parte di chi li utilizzava.

Il manuale per Parlare con bambini e ragazzi di razza e razzismo della Croce Rossa Britannica consiglia di partire da sé e suggerisce alcune domande che possono guidare in una riflessione, individuale o di equipe:

QUANDO HAI NOTATO PER LA PRIMA VOLTA LA DIVERSITÀ ETNICA?

COME HAI DATO UN SENSO ALLE DIFFERENZE TRA LE PERSONE? COSA TI HA CONFUSO?

QUALI ESPERIENZE HAI AVUTO DURANTE L'INFANZIA CON PERSONE CHE ERANO DIVERSE DA TE IN QUALCHE MODO?

IN CHE MODO, SE MAI, GLI ADULTI TI HANNO SUPPORTATO NEL PENSARE ALLE DIFFERENZE RAZZIALI?

L'ultima domanda è cruciale, perché permette di **collegare le aspettative del passato al ruolo che si occupa nel presente**. Un format simile si può facilmente applicare, con alcune variazioni, ad altri ambiti di discriminazione: genere, orientamento, età, disabilità, religione, eccetera.

ALTRI POSSIBILI SPUNTI:

Prima di proporre una attività sui rumours al gruppo di giovani, l'equipe educativa la svolge, invitando un o una collega a gestire la conduzione.

Letture di giornale autoformativa: dedicare 15' alla lettura di un articolo e alla discussione del contenuto "in chiave antirumours" e del percorso che si sta affrontando. Alcune domande per il debriefing:

- **Che emozioni ha suscitato la discussione?**
- **Quanto è stato facile mantenerla su un piano razionale?**
- **Che emozioni ha lasciato la discussione nelle relazioni fra i componenti del gruppo?**

Un'ultima riflessione riguarda l'opportunità di comunicare a ragazzi e ragazze che il team sta svolgendo questa attività, mandando così un messaggio chiaro: le discussioni, l'apprendimento, la crescita personale su certi temi non è una cosa solo da giovani e che si abbandona non appena inizia "la vita vera".

PER CONCLUDERE



La metodologia della strategia antirumours prevede tre fasi:

- 01. Introduzione** della tematica ed **emersione** dei rumours più rilevanti per il target.
- 02. Co-progettazione di azioni antirumours** che possono assumere diversa forma.
- 03.** Supportare i e le giovani nell'implementazione di azioni antirumours coinvolgendo altri **partner sul territorio**.

IL TIPO DI ATTIVITÀ

FAI UN PASSO AVANTI 	DA CHE PARTE STAI? 	EROI ED EROINE 
IO CHI SONO? 	CESTINO ANTIRUMOURS 	CONTROCARTE 
RAGGRUPPAMENTI 		

ATTIVARE SPAZI DI DISCUSSIONE

01. IL DEBRIEFING
02. LE EMOZIONI
03. RIPERCORRERE E ARTICOLARE
04. APPRENDIMENTO
05. MONDO REALE

MATERIALI

COMPASS: IL MANUALE PER L'EDUCAZIONE AI DIRITTI UMANI CON I GIOVANI DEL CONSIGLIO D'EUROPA. UNO DEI MANUALI PIÙ COMPLETI SU QUESTO TEMA.

COMPASITO: IL MANUALE PER L'EDUCAZIONE AI DIRITTI UMANI CON I BAMBINI DEL CONSIGLIO D'EUROPA (DISPONIBILE SOLO IN INGLESE!)

ANTIRUMOURS NEI CONTESTI EDUCATIVI, MANUALE CON INQUADRAMENTO TEORICO, FACTSHEET, DEFINIZIONI E ATTIVITÀ PRATICHE PER LAVORARE SU STEREOTIPI, RUMOURS, RAZZISMO. [IN INGLESE]

ANTIRUMOURS A SCUOLA (IORISPETTO) IL MANUALE PRODOTTO DA ICEI NELL'AMBITO DEL PROGETTO IORISPETTO, E CHE SI OCCUPA DI ANTIRUMOURS ALL'INTERNO DELLE AULEE SCOLASTICHE.

CAPITOLO 4

SVILUPPARE E IMPLEMENTARE AZIONI AR

4.1 Come affrontare i rumours : l'importanza della componente artistica e creativa



4.2 Alcuni esempi concreti di azioni antirumours



4.3 La strategia antirumours e la costruzione di coalizioni territoriali



4.4 Aspettative e fallimento



4.1 COME AFFRONTARE I RUMOURS



L'IMPORTANZA DELLA COMPONENTE ARTISTICA E CREATIVA

Uno dei capisaldi della teoria alla base della strategia antirumours è che le **argomentazioni razionali non siano sufficienti a scardinare rumours, pregiudizi, stereotipi**. Come affrontato nel Capitolo 2, sia pregiudizi che rumours hanno delle componenti emotive (il giudizio, la gestione dell'ansia e della paura, il bisogno di sentirsi parte di un gruppo) che i tentativi di debunking basati su dati e statistiche non riescono a toccare.

E c'è un altro elemento di complessità: decostruire un rumour può addirittura contribuire a rafforzarlo nella mente delle persone. Sono stati osservati diversi casi di "effetto boomerang", dovuti al fatto di aver contribuito alla diffusione di miti e dicerie e di aver provocato una reazione avversa, avendo attaccato visioni del mondo consolidate, con la messa in campo di troppi argomenti e elementi di prova.

**MANUALE
STRATEGIA
ANTIRUMOURS.**

Il che non significa che sia impossibile affrontare i rumours: semplicemente, serve qualcos'altro. Secondo la strategia antirumours "classica", quella pensata per le amministrazioni comunali,

uno dei maggiori punti deboli di tante attività tradizionali di sensibilizzazione è l'incapacità di raggiungere e coinvolgere il pubblico generale e non soltanto quelle minoranze che sono già sensibili alle tematiche affrontate. Se si vuole allargare il pubblico al quale ci si rivolge, è necessario che la strategia presenti fin dall'inizio elementi di creatività e innovatività a tutti i livelli. Inoltre, se vogliamo coinvolgere e motivare le persone affinché assumano un ruolo attivo in questo processo, dobbiamo far vivere loro un'esperienza che li emozioni, li motivi e soprattutto che sia utile ed efficace.

**MANUALE
STRATEGIA
ANTIRUMOURS.**

Soprattutto l'ultimo periodo è particolarmente vero nel lavoro con un gruppo di giovani. Le attività artistiche, quelle laboratoriali ed esperienziali, i giochi di ruolo o da tavolo, lo sport: tutto questo va a toccare una dimensione emotiva profonda e può innescare dei cambiamenti nel modo in cui si pensa e si parla di rumours, pregiudizi e stereotipi. Inoltre, si tratta di attività che si prestano a **uscire dai confini del gruppo di lavoro** e a essere rappresentate, mostrate, agite alla presenza di esterni. Quest'ultimo punto è fondamentale - non tanto, come nella ARS classica, per sensibilizzare le altre persone, quanto per dare al gruppo di giovani la consapevolezza e gli strumenti per **agire sul mondo esterno**; per aver riconosciuto un problema ed aver potuto farne qualcosa.

Nel corso del progetto #DiversaMente, i tredici centri giovanili coinvolti hanno impiegato una vasta varietà di attività, alcune delle quali andremo a esplorare in dettaglio nelle prossime pagine.

4.2 ALCUNI ESEMPI CONCRETI DI AZIONI ANTIRUMOURS



TORINO

Collegare più media può essere un modo per tenere alta l'attenzione di ragazzi e ragazze in un percorso più lungo. A Torino è stato dapprima creato un gioco sul tema del razzismo e delle discriminazioni vissute dalle popolazioni indigene (sulla falsariga di *lupus in fabula*) e, in seguito, è stato realizzato un murales sullo stesso tema nel cortile di un centro giovanile. Allo stesso modo, le esperienze raccolte da un laboratorio teatrale sono state trasformate in prodotti diversi quali podcast, foto, video-interviste, audio-walk.

MILANO

Lo sport può essere un grande veicolo di inclusione, ma anche di esclusione. In particolare alcuni sport di massa, come il calcio, portano in dote una forte carica sessista e razzista, in particolare nel tifo. A Milano, in occasione del torneo di calcio amatoriale No League, i centri giovanili hanno lanciato un progetto per scrivere e cantare slogan antirumours, per un tifo finalmente libero dai pregiudizi.

REGGIO EMILIA

La musica è un catalizzatore profondo di riflessioni ed emozioni. A Reggio Emilia, alcuni degli operatori giovanili coinvolti avevano una certa esperienza nel mondo della trap e l'hanno sfruttata per lanciare un contest musicale attento ai temi dei rumours e delle discriminazioni (sconfiggendo un altro stereotipo su questo tipo di musica e su chi la ascolta). Il contest si chiama CULT.

PONTEREDERA

Uno dei capisaldi della Strategia AR è quello di utilizzare eventi già esistenti per fare sinergia. A Pontedera, il gruppo giovani ha lanciato una serie di iniziative in occasione della Settimana mondiale d'azione contro il razzismo 2023: proiezione del documentario 'Black Panthers' seguita da un dibattito sui temi delle discriminazioni razziali; una mostra-laboratorio tematica; un pranzo sociale preparato dai e dalle giovani assieme ai volontari del circolo; concerti e djset.

MONTESILVANO

Lo scambio di esperienze fra pari può essere più efficace delle formazioni fatte da adulti. A Montesilvano si è puntato moltissimo sulla peer education durante il progetto, mettendo il gruppo più adulto (16-18 anni) a lavorare con quello più giovane (13-15), con ottimi risultati da un punto di vista educativo.



4.3 LA STRATEGIA ANTIRUMOURS



E LA COSTRUZIONE DI COALIZIONI TERRITORIALI

Fra i materiali formativi prodotti da #DiversaMente vi è una Guida Pratica per Youth worker: strategie e raccomandazioni per un'efficace implementazione di Azioni Anti-Rumours dedicata alla pianificazione, realizzazione e presentazione delle azioni anti-rumours sul territorio. Anche la guida è stata scritta a partire dall'esperienza e dalle considerazioni maturate nel corso del progetto: vi si rimanda per approfondire come lavorare sui rumours con le **scuole** e le **amministrazioni comunali**.

Rimangono fuori dalle indicazioni della guida le **famiglie**, uno degli attori principali nella crescita e nel benessere dei ragazzi e delle ragazze. Anche in questo caso, non è possibile coprire l'ampia gamma di casi in cui la famiglia può interagire con il centro o l'associazione giovanile o con i temi che si intendono trattare. In ogni caso, alcune azioni antirumours possono essere un buon espediente per (ri)costruire o rafforzare le relazioni con il territorio e con le famiglie.

Oltre alle famiglie, **altri soggetti territoriali** possono essere coinvolti nella attuazione di azioni antirumours. Ad esempio, la comunità islamica torinese ha coinvolto (in partenariato con il Comune di Torino) un grande numero di attori nell'organizzazione dell'evento Moschee Aperte; il CAG Giambellino, di Milano, ha collaborato con gli organizzatori della sagra del proprio quartiere per attività antirumours: Giro del Cielo, realtà di Reggio Emilia, ha coinvolto un gran numero di giovani rapper e trapper locali in un contest di musica. La collaborazione con diversi enti e attori può essere per il gruppo di giovani una buona palestra di cittadinanza attiva e di scoperta del territorio in cui vivono.

La costruzione di queste relazioni non è una cosa scontata:

"serve tempo per instaurare relazioni. Io vengo a trovarti, ti spiego perché per me un certo percorso funziona ed è importante. Occorrono tempo e anche cura nel preparare gli incontri con altri soggetti, e servono obiettivi chiari e molta pazienza"

- MASSIMO

4.4 ASPETTATIVE E FALLIMENTO



Ultima, ma non meno importante, è la **valutazione** del percorso: costruire con il gruppo di giovani una griglia di valutazione ex ante del proprio percorso permette di gestire le proprie aspettative in modo critico, sano e realistico.

Inoltre, per mille motivi indipendenti dalla volontà e dall'impegno dei ragazzi e delle ragazze coinvolte, un evento può andare male. Diventa quindi importante imparare a **gestire il fallimento**. Il collettivo Gesturing towards decolonial futures parla dei "doni del fallimento" impliciti quando si cerca di cambiare il mondo: "sperimentare con azioni decoloniali porterà **senza dubbio e inevitabilmente** a dei fallimenti. **Come falliamo è però importante:** [...] per fallire in modo costruttivo occorrono rigore intellettuale e relazione" - e, aggiungiamo noi, una buona e sana dose di autoironia (o almeno della capacità di non prendersi troppo sul serio).

*"Noi li prepariamo al fallimento, a non abbattersi
ma fare un lavoro diverso la prossima volta"*

- CARMEN

Prepararsi al fallimento è peraltro un ottimo modo per introdurre e lavorare con il gruppo sul tema della valutazione del proprio lavoro: cosa significa "fallire", e cosa significa "successo"? Chi pone questi standard e cosa vuol dire che un evento "è andato bene"? Darsi degli obiettivi e raggiungerli è un elemento fondamentale di ogni strategia, e contribuisce a rafforzare nel gruppo il senso di **avere la capacità di influire e influenzare il mondo esterno**.

PER CONCLUDERE



SVILUPPARE E IMPLEMENTARE AZIONI AR

L'IMPORTANZA DELLA COMPONENTE ARTISTICA E CREATIVA

Se si vuole allargare il pubblico al quale ci si rivolge, è necessario che la strategia presenti fin dall'inizio elementi di creatività e innovatività a tutti i livelli. Inoltre, se vogliamo coinvolgere e motivare le persone affinché assumano un ruolo attivo in questo processo, dobbiamo far vivere loro un'esperienza che li emozioni, li motivi e soprattutto che sia utile ed efficace.

ALCUNI ESEMPI CONCRETI DI AZIONI ANTIRUMOURS



**TORINO • MILANO • REGGIO EMILIA
• PONTEDERA • MONTESILVANO**

ALCUNI CONSIGLI E RIFLESSIONI FINALI

“serve tempo per instaurare relazioni. Io vengo a trovarti, ti spiego perché per me un certo percorso funziona ed è importante. Occorrono tempo e anche cura nel preparare gli incontri con altri soggetti, e servono obiettivi chiari e molta pazienza”

“noi li prepariamo al fallimento, a non abbattersi ma fare un lavoro diverso la prossima volta”

MATERIALI

SET DI RACCOMANDAZIONI PER L'IMPLEMENTAZIONE DI AZIONI ANTI-RUMOURS: UNA SERIE DI RACCOMANDAZIONI RIVOLTE A YOUTH WORKER CHE INTENDANO PROPORRE DEI PERCORSI FORMATIVI ANTI-RUMOURS A RAGAZZI E RAGAZZE CHE FREQUENTANO I CENTRI GIOVANILI.

NOT ANOTHER TOOLKIT - ENAR: UN MANUALE DI RIFLESSIONE SUL RAPPORTO FRA ENTI LOCALI E SOCIETÀ CIVILE NELLA COSTRUZIONE DI AZIONI PARTECIPATE [IN INGLESE].

IL DIARIO DI BORDO DEL PROGETTO DIVERSAMENTE

HOSPICING MODERNITY: FACING HUMANITY'S WRONGS AND THE IMPLICATIONS FOR SOCIAL ACTIVISM, UN TESTO SULLA POSSIBILITÀ DI COSTRUIRE SPAZI DECOLONIALI, MA ANCHE DI FALLIRE TENTANDO.

LA PUNTATA DEL PODCAST DI VERA GHENO AMARE PAROLE SUL FALLIMENTO E LA POSSIBILITÀ DI DICHIARARCI FALLENTI.

L'INTERVENTO DEL FILOSOFO MASSIMO RECALCATI SULL'ELOGIO DEL FALLIMENTO PRESSO IL FESTIVAL DELLA FILOSOFIA DI MODENA.

CREDITS

Questo handbook è stato realizzato da ICEI nell'ambito del progetto #DiversaMente - Giovani contro le discriminazioni AID 012618/04/2 un progetto cofinanziato dall'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo

Le opinioni espresse nella presente pubblicazione non impegnano in alcun modo l'AICS, che non è responsabile per l'uso che potrebbe essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Ringraziamenti

A Claudio Tocchi, educational advisor e formatore anti rumours, per il supporto alla stesura del testo.

Agli operatori, le operatrici e i/le referenti dei Centri Giovanili che hanno deciso di aderire alla progettualità Anti Rumours proposta da #DiversaMente

Ai partner del progetto #DiversaMente per la proficua collaborazione durante l'intero percorso: Fondazione Feltrinelli, Associazione Rete delle Case del Quartiere di Torino, Movimentazioni APS, ARCI Comitato Territoriale Valdera, Giro del Cielo SCS, Comune di Montesilvano, Comune di Pontedera, Comune di Reggio Emilia.

Capofila



Finanziato da



In partenariato con





MANUALE ANTIRUMORS

UNA GUIDA PRATICA PER CONTRASTARE LE DISCRIMINAZIONI
ALL'INTERNO DEI CENTRI GIOVANILI