

# Guia pràctica per a l'agent antirumor. Com combatre els rumors i estereotips sobre la diversitat cultural a Barcelona



Ajuntament  
de Barcelona

# **Guia pràctica per a l'agent antirumor. Com combatre els rumors i estereotips sobre la diversitat cultural a Barcelona**

## Comissionat de l'Alcaldia per a la Immigració i el Diàleg Intercultural

Daniel de Torres Barderi

## Director dels Serveis de Cooperació Internacional i Immigració

Ramon Sanahuja Vélez

## Coordinació general

Carolina Astudillo Beals

Cristina Velásquez Traipe

## Redacció

D-CAS (Col·lectiu d'Analistes Socials)

Raquel Moreno

Sarai Samper

Alfred Pérez

## Col·laboradors

Entitats Grup d'Acció, Xarxa BCN Antirumors

La Xixa Teatre

Equip tècnic del Programa d'Acollida

Equip tècnic del Punt d'Informació a l'Arrelament

## Entrevistats

Rodrigo Aranedá, Surt. Fundació de Dones. Fundació privada

Saray Bazaga, Surt. Fundació de Dones. Fundació privada

Gemma Bustamante, Surt. Fundació de Dones. Fundació privada

Rafael Crespo, Centre d'Estudis Africans i *Interculturals* (CEA)

Lola López, Centre d'Estudis Africans i *Interculturals* (CEA)

Maria Mateu, Centre d'Estudis Africans i *Interculturals* (CEA)

M. Carmen Peñaranda-Cólera. Departament de Psicologia Social. UAB

**Maquetació i impressió:** Fotoletra, S.A.

**Dipòsit legal:** B-21.625-2011

**Data d'edició:** Juny 2011

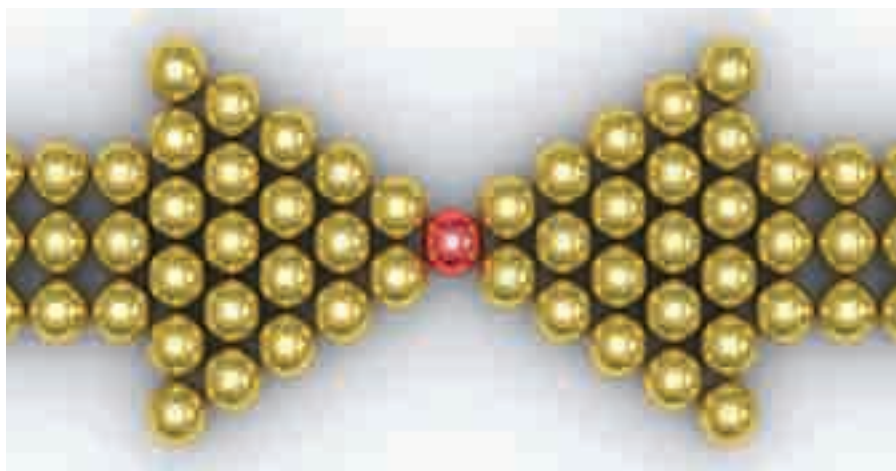
Secretaria Tècnica del Pla Barcelona Interculturalitat  
Direcció del Programa d'Immigració i Diàleg Intercultural  
Gerència d'Educació, Cultura i Benestar  
Ajuntament de Barcelona  
Passeig de Sant Joan, 75, primera planta  
08009 Barcelona  
Tel.: 93 256 46 33  
**interculturalitat@bcn.cat**  
**www.bcnantirumors.cat**  
**www.interculturalitat.cat**

# Índex de continguts

<b>1. Introducció</b>	<b>7</b>
1.1. Estructura i continguts de la guia	11
<b>2. Conèixer el terreny. De què estem parlant?</b>	<b>15</b>
2.1. Prejudici, estereotip i discriminació	17
2.2. Rumors	31
<b>3. Conèixer-se un mateix. Despertar la consciència crítica</b>	<b>41</b>
<b>4. Preparació de l'estratègia: les habilitats comunicatives en la sensibilització cara a cara</b>	<b>47</b>
4.1. L'empatia i la sinceritat com a base de la comunicació eficaç	53
4.2. La comunicació no verbal: què expressem amb el nostre cos	79
4.3. La veu	82
4.4. El llenguatge que fem servir	84
4.5. Estratègies de resposta	86
4.6. Consideracions addicionals que cal tenir en compte per als diferents espais de sensibilització	95
<b>5. Ser conscients de les nostres fortaleses i debilitats. L'autoavaluació</b>	<b>97</b>
<b>6. Un pas més enllà: les dimensions de l'agent antirumor</b>	<b>113</b>
<b>7. Bibliografia i recursos de referència</b>	<b>121</b>



# 1. Introducció



Són moltes les entitats i els organismes que han elaborat materials sensibilitzadors per fer front als estereotips, prejudicis i rumors existents a l'entorn de les persones de diferents nacionalitats i cultures. Per una banda, trobem documents o articles de caire científic o divulgatiu, que presenten les diferents teories o perspectives que ens ajuden a entendre el perquè del fenomen dels prejudicis i els rumors. Per l'altra, hi ha materials de caire més pràctic que ens ofereixen eines per a la sensibilització.

Els materials esmentats estan orientats principalment a la reflexió i la sensibilització grupal. Partint d'aquest bagatge previ, **el valor afegit o diferencial de la Guia que teniu a les mans és el d'estar orientada a la capacitat per la sensi-**

**bilització.** En definitiva, el propòsit de la guia és aportar una eina de suport per entrenar les habilitats i les actituds que afavoreixen la sensibilització basada en el diàleg, i donar una base de coneixements sòlida a les persones que desitgen desenvolupar una tasca sensibilitzadora activa per frenar les falses concepcions existents vers la població estrangera a Barcelona.



Vet aquí el segon aspecte fonamental: **a qui va dirigida aquesta guia?** El document que presentem està orientat a persones a qui els desagrada comprovar que la gent que està al seu voltant mostra prejudicis i estereotips que dificulten la integració i la convivència en una ciutat cada cop més diversa i global. A persones que, cansades d'escoltar rumors sobre la població estrangera, decideixen prendre partit i actuar, aportant el seu «granet de sorra» per afavorir dins del seu entorn actituds i percepcions més positives i integradores de la diversitat sociocultural.

La plataforma creada per l'Ajuntament de Barcelona Xarxa BCN Antirumors és precisament un espai de treball dirigit a totes aquestes persones, destinat a desenvolupar accions en el marc de l'Estratègia BCN Antirumors amb la finalitat de **combatre els rumors, prejudicis i estereotips que hi ha vers els ciutadans barcelonins d'origen immigrant.**

D'aquí va neix el concepte i la figura de **l'Agent Antirumor**, entesa com aquella persona que adquireix el **compromís de portar a terme la funció de**

## **sensibilitzar i trencar amb els imaginaris i falses concepcions existents a l'entorn dels ciutadans d'origen cultural divers.**

És probable que molts dels lectors i lectores d'aquesta guia sigueu membres d'aquesta xarxa. I probablement us esteu preguntant a vosaltres mateixos si us considereu o no agents antirumor. D'altres, potser és la primera vegada que sentiu a parlar d'aquest projecte i el que passa pels vostres caps és: «Podré treure profit igualment dels continguts d'aquesta guia?»

La resposta a totes dues preguntes és sí. La guia ha estat especialment pensada per dotar d'eines pràctiques als agents antirumor, però poden ser d'utilitat per a totes aquelles persones que comparteixen els seus mateixos valors. Al marge de l'etiqueta que ens col·loquem i de si ens sentim plenament identificats amb el que això comporta, volem convidar-vos a assajar i aplicar les tècniques que aquí us presentem.

La figura de l'agent antirumor és de creació recent, per la qual cosa hem de parlar de quelcom viu en constant procés de redefinició. En el moment de redacció d'aquesta guia la Xarxa BCN Antirumors defineix a l'agent antirumor preveient quatre dimensions o àmbits d'acció diferenciades en funció dels interlocutors i destinataris de les seves accions.

Cada dimensió defineix objectius específics i accions diferenciades que es poden dur a terme com a agent antirumor. En el capítol 6 d'aquesta guia desenvoluparem amb més detall cadascuna d'aquestes dimensions. No obstant això, i abans de continuar amb la lectura, cal deixar constància que la guia desenvolupa només una d'aquestes vessants.

Parlem concretament de la sensibilització a través del diàleg interpersonal. És a dir, la sensibilització que es pot fer cara a cara, en contextos informals i moltes vegades improvisats. Això implica una dificultat afegida per fer una





tasca sensibilitzadora, ja que no comptarem amb materials de suport que ens ajudin en la nostra tasca: la capacitat de diàleg serà la nostra principal o única eina. Val a dir que això no significa que no hi hagi una preparació prèvia, ben al contrari. Per molt que pugui semblar contradictori, una bona improvisació pot estar prèviament entrenada, preparada i planificada.

Certament, la guia no conté receptes màgiques ni infal·libles per fer desaparèixer els rumors, prejudicis i estereotips del nostre voltant. Però sí creiem que ofereix tècniques vàlides per desenvolupar la difícil tasca de sensibilitzar i incentivar un diàleg serè i obert a l'entorn de temàtiques que, com la immigració i la diversitat sociocultural, són objecte freqüent de demagògies que inciten a l'estigmatització i la discriminació social.

## 1.1. Estructura i continguts de la guia

Un altre valor afegit de la guia és la **perspectiva interdisciplinària**. Quan parlem de interdisciplinarietat no ens referim a introduir formes de fer o pensar de la sociologia, antropologia o psicologia —que també—, sinó sobretot a la introducció d'eines que han demostrat la seva efectivitat en altres àmbits i que rarament s'han aplicat per a la intervenció social. Les dues aportacions clau que hem introduït són:

- Un plantejament estratègic de la intervenció. Contrarestar els rumors o sensibilitzar entorns als prejudicis o estereotips no tan sols requereix conèixer els possibles contraarguments que cal presentar. Cal elaborar una tàctica més completa que prevegi altres aspectes estratègics com per exemple els que es tenen en compte a l'hora de dissenyar un pla d'empresa o de desenvolupament i que també es poden aplicar per a aquesta funció.
- Un element clau d'aquesta estratègia és l'entrenament d'habilitats comunicatives, aprofitant en aquest cas el valuós bagatge que ens aporten les tècniques de negociació, venda, mediació o gestió del conflicte.

En definitiva, pensem que el valor afegit d'aquesta orientació és la capacitació en habilitats estratègiques, comunicatives i personals. Per descomptat, la guia preveu els possibles arguments discursius i de resposta que també cal fer servir. Però aquests són només una part dels elements que configuren un abordatge més holístic de la tasca sensibilitzadora.

Així, la guia ofereix un plantejament estratègic sobre com actuar en el moment de fer front a rumors o falses concepcions. Cada capítol correspon a una clau del pensament estratègic. Aquestes claus són:

- ◆ **Conèixer el terreny:** Aquest és el capítol més teòric de tota la guia. Tot i això, intentem explicar de la manera més senzilla i lúdica possible els principals conceptes que hi entren en joc. En definitiva, saber de què estem parlant, què són els prejudicis, els estereotips, els rumors... , com neixen, com funcionen, per què existeixen...
- ◆ **Conèixer-se a un mateix:** Tractar amb respecte i empatia les persones a les quals volem sensibilitzar ens obliga a fer un exercici d'autoreflexió. Realment som i pensem d'una manera tan diferent?
- ◆ **Preparar una estratègia:** Aquest capítol presenta les principals eines comunicatives que es poden posar en pràctica en la sensibilització cara a cara.



Claus del plantejament estratègic per fer front als rumors

- ◆ **Ser conscients de les nostres fortaleses i debilitats:** Com en tota estratègia, l'avaluació és un element fonamental. Hem de ser capaços de prendre consciència sobre aquells elements que més dominem i aquells que hem de millorar.

Tal com assenyalem en capítols posteriors, som plenament conscients que els estereotips, prejudicis o rumors són multidireccionals i no propis d'un únic col·lectiu o d'una època concreta. No obstant això, la guia centra la seva atenció en els que majoritàriament es troben entre la població autòctona i que es dirigeixen a la població d'altres orígens culturals. Partint d'aquesta perspectiva, volem deixar constància que les habilitats comunicatives i personals que aquí desenvolupem estan tractades des d'una vessant occidental i actual.

Finalment, volem ressaltar que la guia fuig explícitament d'una perspectiva d'intervenció paternalista, en la qual la «sensibilització» acaba esdevenint un discurs victimitzador de la immigració, els estereotips negatius passen a recaure sobre la població autòctona, i generen noves simplificacions i falses concepcions. Tampoc no es vol demonitzar aquelles persones que tenen prejudicis o reproduïxen rumors i que «han de ser rescatats» pels agents antirumor. Des de la perspectiva que defensem, **la sensibilització té sentit en la mesura que aconsegueix afavorir actituds i hàbits de diàleg més reflexius i responsables amb allò que es diu, fonamentant els arguments en la reflexió sobre la pròpia experiència i en coneixements i informacions contrastables. És així com la tasca dels agents antirumor conflueix plenament amb el foment d'una veritable llibertat d'expressió.**



## 2. Conèixer el terreny. De què estem parlant?



El primer pas d'aquest abordatge estratègic ens obliga a preguntar-nos: de què estem parlant quan fem referència als estereotips, prejudicis o rumors? Què són? Com funcionen? I fins i tot, quina funció compleixen en la nostra

societat? En definitiva, parlem de conèixer plenament el terreny en el qual ens mourem per, posteriorment, idear la millor estratègia per combatre'ls. Aquest és un camí en el qual diferents perspectives han fet aportacions molt rellevants, formes de veure el fenomen que lluny de ser antagòniques es complementen les unes a les altres. D'aquesta manera, intentarem construir una explicació multidisciplinària que ens aproximi a la problemàtica.<sup>1</sup>

Els rumors, de la mateixa manera que els estereotips o els prejudicis, són tan antics com la història de la humanitat. I els resultats sempre han estat els mateixos: dificultar les relacions entre persones que pertanyen a diferents grups socials.

L'any 2009, l'Ajuntament de Barcelona va impulsar el Pla Barcelona Interculturalitat amb l'objectiu d'afrontar els reptes que suposa la gestió de la convivència enmig d'una diversitat d'origens creixent. La diagnosi realitzada com a element previ a la redacció del Pla va preveure un procés participatiu en el qual es va respondre a cinc preguntes clau a l'entorn de la convivència a Barcelona. La resposta a la pregunta sobre els factors que dificulten la convivència entre habitants de Barcelona d'origens culturals diferents va donar un resultat força revelador: El 48,1% de les respostes apuntaven als elements subjectius-relacionals, és a dir, el desconeixement de l'altre, els estereotips i els prejudicis, els rumors i el tancament de l'altre com a principals obstacles a la convivència.

---

1. Part de les reflexions que apareixen en aquest capítol han estat extretes del *Manual pràctic per combatre prejudicis i rumors sobre la diversitat ètnica*, publicat pel Consell Comarcal del Vallès Occidental i escrit per les mateixes autores d'aquesta guia (D-CAS, Col·lectiu d'Analistes Socials).

## 2.1. Prejudici, estereotip i discriminació

Prejudici, estereotip i discriminació són tots ells termes difícils d'entendre separatament atès que les interdependències que hi ha entre ells són molt fortes. Con si es tractés d'un cabdell de llana, començarem estirant per un fil per, posteriorment, anar desvelant les interconnexions i significats de cadascun d'ells. El prejudici serà el primer concepte que abordarem, l'inici del nostre fil argumental.

Una de les definicions més esteses i acceptades d'aquest concepte és la que fa més de cinquanta anys ens va oferir Allport (1954). Segons aquest autor, el prejudici és una **actitud hostil i desconfiada envers alguna persona que pertany a un col·lectiu, simplement a causa de la seva pertinença a aquest grup.**

El prejudici és una actitud i, com a tal, presenta una combinació de sentiments o emocions, inclinacions a actuar i creences anomenades *estereotips*. D'estereotips n'hi ha en tots els grups socials i no són ni negatius ni positius per ells mateixos. **Són atribucions generalitzades de determinades característiques d'alguns membres d'un grup al seu conjunt. S'atribueixen qualitats a una persona com a membre d'un grup i no se la jutja per la seva individualitat (Myers, 1995).**

Les imatges negatives que es tenen d'un grup de persones condueixen a emetre judicis negatius sobre elles sense verificació prèvia i sense fonamentar-se en una experiència directa o real. A més, les actituds negatives que es mantenen vers un determinat grup es fan extensibles a cadascun dels seus membres.

Els estereotips solen tenir una base empírica, però és l'exageració i la generalització indiscriminada envers el conjunt dels membres d'una comunitat el



que els converteix en prejudicis. L'equivoc rau en la seva extrapolació, com també en la seva permanència en el temps, en ignorar les particularitats i els canvis que es produeixen entre els subjectes de qualsevol grup.



Sense anar més lluny, acceptar el tòpic que popularment s'associa a les persones immigrades (pobres, sense estudis ni preparació, amb actituds incíviques, amb creences i costums que poden semblar absurds) és ignorar l'enorme heterogeneïtat de trajectòries migratòries, orígens, situacions familiars, formació, procedència (rural o urbana), classe social i fins i tot dels interessos i motivacions individuals que hi ha entre aquelles i aquells que han immigrat.

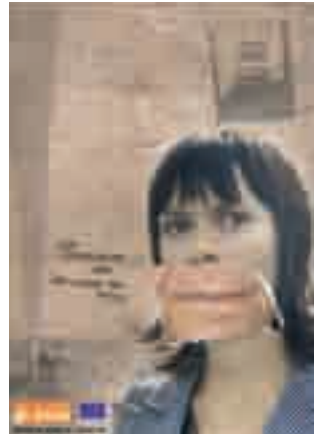
Però tampoc no hem de caure en l'error de pensar que els prejudicis són unidireccionals, tot al contrari: n'hi ha a tots els grups socials. Hi ha prejudicis i estereotips tant de la població autòctona cap a l'estrangera com a l'in-

revés. Alhora també hi ha tòpics dins d'aquests dos col·lectius, per exemple de les persones marroquines cap a les llatinoamericanes, de les catalanes cap a les que van emigrar del sud de la península, i així podríem continuar de forma ininterrompuda.

Com ja hem comentat, moltes vegades els prejudicis estereotipats s'aprenen i es transmeten sense cap contacte (o independentment del contacte) amb els membres del col·lectiu prejutjat.

Família, amistats, relacions de veïnatge i de feina, i mitjans de comunicació són transmissors d'imaginari que no tan sols no qüestionem, sinó que acabem assumint com a propis, de manera que nosaltres ens acabem convertint en la veu difusora dels estereotips i els prejudicis associats.

Fa uns quants anys la Fundación Secretariado Gitano va impulsar una campanya de sensibilització orientada a trencar els estereotips i prejudicis que encara avui hi ha cap a la població gitana. El seu eslògan anava orientat precisament a posar en evidència aquesta dinàmica: «Nuestros prejuicios son las voces de los otros. Conócelos antes de juzgarlos».



Tanmateix, **els prejudicis estereotipats són molt difícils de desmuntar, ja que són informacions summament simplificades i, per tant, molt fàcils de transmetre.** Els hem adquirit com a certeses, com a part del nostre «món donat per descomptat», i davant d'experiències personals que contradiuen les nostres idees preconcebudes sovint és més fàcil considerar l'experiència com una excepció a la norma que qüestionar

les nostres pròpies aprensions. Per exemple, si entre les nostres relacions de feina coneguéssim un musulmà llicenciat en pedagogia i defensor de la causa feminista el considerariem un cas excepcional, o, irònicament, un «avançat» dins del seu col·lectiu, però no com la mostra fefaent de l'heterogeneïtat real entre els individus que pertanyen a una col·lectivitat que nosaltres interpretem.

Amb això no pretenem negar la utilitat dels estereotips, sinó ben al contrari: els estereotips ens ajuden a simplificar la realitat i ens permeten decidir ràpidament què opinem o com comportar-nos davant de situacions que no hem viscut abans. **Els estereotips ens permeten economitza de manera molt efectiva l'esforç que suposa interpretar constantment la realitat social que ens envolta.** Ara bé, això que diem no exclou que també puguem (i haguem) de ser capaços de mantenir l'obertura i la sensibilitat necessàries per qüestionar o, fins i tot, modificar els nostres clixés sempre que la realitat ens demostri situacions contràries a les nostres idees preconcebudes.

Un altre aspecte clau que cal tenir en compte són les conseqüències directes que poden tenir els estereotips i els prejudicis. De fet, l'estereotip com a creença pot portar al prejudici com a actitud i això alhora pot portar a la discriminació com a forma de comportament:

**Un exemple: «Entra un home gitano d'origen romanès al metro».**



La discriminació cultural comporta actituds i accions d'intolerància i rebuig cap a grups sencers de població que es perceben de manera homogènia, fet que desemboca en processos de marginació i exclusió social. Per exemple, un tracte discriminatori cap a persones provinents de països extracomunitaris pot limitar-ne les oportunitats en el mercat laboral i els pot relegar a llocs de treball menys qualificats, fins i tot quan compten amb formació i experiència professional suficients per dur a terme altres feines. Si ens dedicuéssim a indagar una mica més en el nostre entorn quotidià ens sorprendríem de la quantitat de persones amb llicenciatures universitàries que treballen servint-nos el cafè cada matí, netejant la nostra oficina o tenint cura de la veïna de l'àtic.

A més, **la discriminació cultural limita i condiona les interaccions socials entre grups, fet que perpetua durant molt de temps, fins i tot durant generacions, situacions de segregació i marginació social**. I això no tan sols té efectes negatius sobre les persones discriminades, sinó també sobre les persones que discriminen: per exemple, un empresari que descarta un candidat pel fet de ser estranger, pressuposant que la qualitat de la formació que ha rebut o l'experiència que ha adquirit al seu país d'origen té poc valor, o si considera que els seus resultats en a la feina seran inferiors, no tan sols limita les oportunitats laborals d'aquell o aquella que cerca feina, sinó que potser està deixant passar l'oportunitat de contractar el professional que més li convé.<sup>2</sup>

D'altra banda, cal parar esment que les actituds prejudicials poden manifestar-se amb claredat, però també de manera subtil o latent. Qui les adopta des d'aquesta última forma suprimeix els pensaments i els sentiments pejoratius, com si volgués trencar conscientment amb un mal hàbit (Devine, 1989,

---

2. Els acudits que apareixen en aquest capítol han estat extrets de [www.e-faro.info](http://www.e-faro.info).



1991). No obstant això, les actituds negatives sovint persisteixen tot i que ho fan amb expressions més difuses. El prejudici latent implica una resposta emocional negativa envers membres d'altres grups en què els sentiments no són tant d'odi i clara hostilitat (pròpies dels prejudicis tradicionals), sinó més aviat de certa incomoditat, inseguretats o, fins i tot, por. El resultat és, més aviat, evitar el contacte amb l'altre grup sense manifestar conductes obertament hostils (Meertens i Pettigrew, 1992). **Aquest seria, de fet, el tipus de prejudici més habitual a la nostra societat, en la qual els prejudicis es manifesten fonamentalment en estratègies d'evitació.**

Moltes estratègies de sensibilització estan orientades a fomentar el coneixement mutu entre persones que formen part dels col·lectius entre els quals hi ha prejudicis. La idea darrera d'aquestes accions de sensibilització és que si coneixem els altres podem posar en dubte les falses creences i tòpics existents. No obstant això, recerques com ara les de Muzafer Sherif (1967) posen en dubte aquesta afirmació. Segons aquest autor, **el simple coneixement de**

**l'altre no és suficient per desmuntar aquestes creences. És necessari crear objectius comuns, fites difícils d'assolir si no és amb la col·laboració i el treball conjunt de persones d'ambdós grups.** D'aquesta manera, l'existència d'un repte comú ajudarà a crear un nou grup i sobretot un nou sentiment de pertinença. Podem fer esment aquí del potencial de l'esport per cohesionar persones d'orígens molt diferents precisament per la capacitat de «crear uns objectius i una identitat d'equip» compartida per tots els membres, i que transcendeix els prejudicis i estereotips. De la mateixa manera, molts projectes, conscients d'aquest potencial, creen grups de persones vinculats a un objectiu comú per tal de fer prevaldre trets identitaris que poden compartir més enllà del lloc d'origen (dones, joves, artistes...).

**Com es formen els estereotips i els prejudicis? Perquè n'hi ha a la nostra societat? Quina funció compleixen?**

El prejudici sorgeix de diverses fonts: socials, psicològiques i emocionals.

El primer vessant, **el social**, assenyala, d'entrada, que les desigualtats socials fomenten el prejudici. Però també a l'inrevés, el prejudici ajuda a justificar la superioritat econòmica i social d'aquells que concentren més poder. Per tant, el prejudici i la discriminació se suporten entre si: el prejudici justifica la discriminació i la discriminació fomenta el prejudici (Pettigrew, 1980): la població autòctona pot veure la població estrangera com a poc qualificada i amb una actitud cap a la feina poc desitjable (mandra, reivindicació, irresponsabilitat...), en definitiva, com a col·lectiu posseïdor dels trets que justifiquen que se'ls relegui a posicions subalternes en el mercat laboral.

Un efecte d'això és el que es coneix com a *efecte Pigmalión*, segons el qual el comportament negatiu envers algú, per unes característiques específiques

que no sabem si té però que li atribuïm, pot crear en l'altra persona allò que hi esperàvem trobar, pot generar el comportament que sostenia la nostra discriminació. Per exemple, com que considerem que les persones immigrants no es volen integrar, no ens hi relacionem, i d'aquesta manera contribuïm, efectivament, a la seva no integració. Per tant, **més enllà de la base real o empírica que puguin tenir els prejudicis, es produeix la ironia que els nostres propis prejudicis actuen com un mecanisme social potent que reforça aquesta base real.**

Hi ha altres elements teòrics que ajuden a comprendre els factors socials dels prejudicis. Un d'aquests factors apareix quan dos grups competeixen per recursos escassos. És a dir, les aprensions cap a les persones que pertanyen a minories ètniques són més presents entre les persones que competeixen



pels mateixos recursos (llocs de feina, ajuts econòmics, espais públics...), de manera que aquestes aprensions són una manera de canalitzar i expressar la seva frustració i hostilitat (Pettigrew i Meertens, 1991). Un altre factor és la necessitat d'estatus. Dit d'una altra manera, per percebre que tenim un estatus social determinat necessitem sentir-nos per sobre d'altres grups de persones (Myers, 1995). Aquesta és una explicació que ajuda a comprendre les estratègies de diferenciació i les reticències vers la població immigrant nouvinguda per part d'algunes persones immigrades que fa molt de temps que estan assentades en un territori.

El segon vessant dels prejudicis és la que ens ofereix la **psicologia social** i està íntimament relacionat amb com construïm la nostra identitat. Davant de la pregunta «qui som» podem contestar fent referència als grups als quals ens







adscrivim i no pas a les atribucions individuals. Per exemple, puc dir sóc dona, immigrant, senegalesa, de classe mitjana i infermera. Ara bé, també fa referència a com ens veiem i sentim nosaltres. Una altra persona en les mateixes circumstàncies objectives podria haver fet servir altres categories socials per definir-se: sóc mare, divorciada, d'esquerres i atea.

Però, de què depèn que ens identifiquem amb un grup i no pas amb un altre? I per què, a vegades, els altres ens perceben per mitjà d'unes categories determinades que no es corresponen amb aquelles amb les quals nosaltres ens sentim realment identificats? Una dona pot identificar-se com a catalana i comportar-se com a tal, mentre que els seus veïns no paren de tractar-la com a senegalesa, tot i haver nascut aquí, perquè els seus pares són d'origen senegalès (Pujal i Lombart, 2006).

La teoria de la identitat social de Tajfel ens permet entendre gran part d'aquest processos d'identificació i desidentificació. Aquesta teoria engloba tres pro-

cessos psicosocials: la comparació, la categorització social i la identificació. Els tres processos fan referència a la manera com percebem les altres persones i a nosaltres mateixos, i pren com a base d'aquesta percepció la pertinença de les persones als grups. Per exemple, podem veure un home vestit amb corbata i que porta un maletí. Automàticament nosaltres podem pensar que pertany a la categoria o grup d'executius i a partir d'aquí atribuir-li tota una sèrie de característiques. Per exemple, que es tracta d'una persona educada, intel·ligent, preparada, amb estudis, seriosa... D'aquesta manera ubiquem les persones en categories i els atribuïm les característiques que pensem aquella categoria té. Un dels efectes que té aquesta categorització és la visió estereotipada dels altres. Així actuem i ens relacionem amb els altres no tant per allò que són sinó pel grup al qual pertanyen i al qual nosaltres atribuïm unes determinades característiques. La categoria grupal, doncs, proporciona una identitat o posició social i, al mateix temps, funciona com a prisma de l'estructura i percepció de la realitat social que ens envolta.

Una de les conseqüències de la categorització és que accentuem de manera il·lusòria les semblances entre les persones que formen part d'una mateixa categoria o grup i exagerem les diferències entre les persones que són de grups diferents. Aquesta percepció és, alhora, causa i conseqüència de l'escassa interacció entre grups d'origens culturals diferents: els percebem com a molt diferents i, per tant, no ens hi relacionem; i com que no ens hi relacionem, els continuem veient molt diferents. De fet, com més familiaritat tenim amb el grup en qüestió, més percebem la seva diversitat, i com menys familiaritat hi hagi, més en veurem l'estereotip (Myers, 1995).

Es pot considerar que la categorització social té un valor instrumental en el sentit que organitza, estructura i simplifica la informació que tenim del nostre entorn. Ens ajuda a saber com ens hem de comportar en determinades situacions tot i no haver-les viscudes anteriorment. Però també té un valor

ideològic, de control social, en el sentit que estructura grupalment la societat segons els interessos i valors dels grups dominants. Amb aquest procés establim diferenciacions del tipus nosaltres *versus* ells, diferenciació que moltes vegades és més fruit d'una competència i d'un conflicte d'interessos que no pas d'una diferència real. En aquest sentit, la categoria *autòcton* només té sentit quan es tracta de diferenciar-se de la població immigrant creant entre ells diferències molt més febles (lloc de naixement) que si parléssim d'altres categories que segurament assenyalen similituds més raonables (pares i mares, professió, ideologia política...).

La nostra percepció de la realitat sempre és més receptiva a les informacions que reforcen les creences assumides, veiem allò que volem veure o que hem après a veure, mentre que les realitats que no s'hi ajusten passen despercebudes amb molta més facilitat. Si per exemple pensem que les persones immigrades tendeixen a la delinqüència, pararem més atenció a les notícies sobre actes delictius perpetrats per persones estrangeres. En canvi, pararem menys atenció a les informacions que contradiguin aquesta idea. Els mitjans de comunicació són grans coneixedors del caràcter altament selectiu de la



percepció i el tenen en compte a l'hora de captar audiència. Amb aquest procés d'anàlisi selectiva, els estereotips s'autoconfirmen constantment, són persistents, i per tant, difícils de canviar, malgrat que tinguem davant nostre informacions objectives i contradictòries que podrien desdir-los.

El tercer vessant dels prejudicis és l'**emocional**. Aquest aspecte és el que fa que sigui tan difícil modificar els prejudicis de les persones mitjançant raonaments lògics. Els prejudicis no són una creença freda sobre altres grups, sinó una creença carregada d'emocions i sentiments, que en bona part han estat transmesos en el si de les relacions familiars, d'amistat i afectives, i que, generalment, porten implícit el missatge que els altres (el grup prejutjat o *exogrup*) són una amenaça per als nostres valors, la nostra ètica o, fins i tot,



les nostres possessions. Per tant, la tasca d'intentar modificar o qüestionar els prejudicis socials és tan difícil com intentar modificar un sentiment o una emoció, que en el cas dels prejudicis és d'animadversió. És així com **les accions de sensibilització en relació amb els prejudicis que tan sols es basen en la utilització d'arguments racionals tenen un impacte limitat, en la mesura que qüestionen la base empírica del prejudici, però no arriben a suscitar elements emotius d'identificació, comprensió o valoració cap als col·lectius prejudjats**. Així doncs, també cal dir que aquesta base emocional dels prejudicis (sentiments de por, desconfiança, estranyesa...) és un dels obstacles més importants per a l'establiment de relacions personals interètniques. Fins i tot quan no hi ha un sentiment personal de rebuig, l'establiment de relacions interètniques es pot veure frenat per la reprovació que aquestes relacions poden causar entre els membres del mateix grup (*endogrup*). Per exemple, l'empresari que decideix no contractar com a comercial una persona gitana pel rebuig que pugui causar entre la seva borsa de clients; o qui decideix no festejar amb algú pel fet de ser d'una altra religió perquè tem la reacció de la seva família.

Finalment, els prejudicis també són causa de contraprejudicis. Percebre les actituds de rebuig i l'exposició a situacions discriminatòries pot crear entre les minories desconfiança i actituds defensives envers la resta de la població, i fa que mostrin més suspicàcia, susceptibilitat i orgull incondicional vers la pròpia comunitat. En algunes ocasions, aquestes situacions de discriminació no són reals o no s'han viscut en primera persona, però entre el mateix grup s'insisteix tant en la seva existència que se n'afavoreix la percepció. Parlem, per exemple, dels discursos que victimitzen constantment la població estrangera i culpen la població autòctona de tots els seus mals. Els contraprejudicis són, d'alguna manera, el tancament d'un cercle viciós de prejudicis que nodreix situacions de discriminació i segregació social.

## 2.2. Rumors

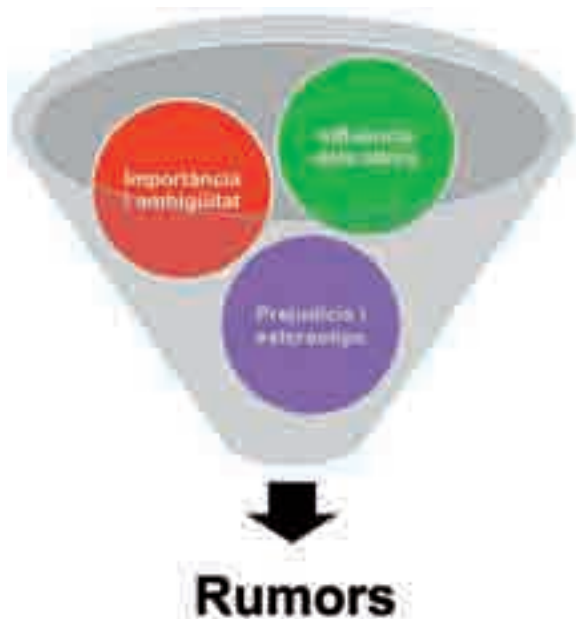
Els rumors que avui dia escoltem podrien considerar-se una modalitat moderna del que coneixem com a «llegendes urbanes», històries que es transmeten per mitjà del boca-orella, que travessen fronteres i que penetren en àmplies capes de la població i arriben a convertir-se en part de l'imaginari col·lectiu. En paraules d'Allport i Postman (1967), són «rumors cristal·litzats».

Preocupats per la importància i l'impacte que els rumors poden tenir en èpoques de guerra, en el funcionament de les organitzacions o fins i tot per a la salut pública, des de l'àmbit de les ciències socials han estat diversos els autors que han abordat aquesta problemàtica.<sup>3</sup> Un dels autors més recents, Sunstein (2010), ens ofereix una de les definicions més encertades per aproximar-nos al tema que tractem aquí, els rumors a l'entorn de la població estrangera. Segons aquest autor, **els rumors són declaracions sobre persones, grups o esdeveniments que es difonen d'una persona a una altra sense que se'n demostrï la veracitat, que tenen credibilitat no perquè hi hagi proves directes que les sostinguin sinó perquè hi ha molta gent que se les creu.** Així, sovint els rumors neixen i circulen amb èxit perquè s'adeqüen a les conviccions prèvies de qui els accepta (escolta, creu i difon), alhora que els dóna suport i els enforteix. Aquesta definició vincula directament els rumors amb els estereotips i prejudicis com la raó principal per la qual uns rumors i no altres són acceptats per les persones. Però no ens avancem a les explicacions i anem a pams ja que no és l'única de les causes que abordarem en aquest apartat, en el qual intentarem respondre a les preguntes següents: per què acceptem els rumors, fins i tot aquells que són inversemblants i

---

3. Allport i Lepkin (1945); Alport i Postman (1967); Epstein (1969); Rosnow (1991); Knapp (1994); Neubauer (1999); entre d'altres.

destructius? Per què algunes persones es creuen els rumors mentre que altres els consideren absurds?



### 2.2.1. Importància i ambigüitat

Allport i Postman (1947) van ser els primers autors a assenyalar la importància i la ambigüitat com els principals factors que condicionen la predisposició a creure's o no un determinat rumor. Fins i tot van arribar a establir la fórmula probablement més estesa per explicar la difusió dels rumors. Segons aquests autors, la quantitat de rumor serà el resultat de la multiplicació de la seva importància per la seva ambigüitat.



La importància es refereix al fet que el contingut del rumor faci referència a algun aspecte, esdeveniment o fet que sigui rellevant o afecti directament la persona que l'escolta:

«Per exemple, no podria esperar-se que un ciutadà dels Estats Units difongués rumors sobre el preu dels camells a l'Afganistan, ja que l'assumpte no tindria importància per a ell. No estarà disposat a escampar xafarderies socials d'una aldea albanesa, perquè poc li importarà el que allà facin» (Allport i Postman, 1967. P. 16).

D'altra banda, si un rumor és precís —amb noms de persones concretes, dates, llocs...— estarà més obert a ser qüestionat per part de qui l'escolta.



En canvi, si és ambigu serà més difícil de desmuntar. Per exemple, el rumor segons el qual als restaurants xinesos se serveix carn de gos és prou proper i rellevant, atès que es tracta de restaurants als quals tothom ha anat en un moment o altre, i força ambigu, perquè no es parla d'un restaurant en concret, sinó d'un tipus de restaurant.

Rosnow (1991) va afegir anys després a aquesta equació dos factors molt importants que fan referència al context i que faciliten o no la difusió dels rumors. Ens referim a la possibilitat que aquests rumors es donin en situació d'incertesa generalitzada i a l'ansietat que aquesta incertesa pugui generar entre la població. Així, si un grup es troba en unes circumstàncies difícils o de perill molts dels seus membres estaran enfadats i voldran donar-ne les culpes a algú. Els pitjors esdeveniments produeixen greuges a altres persones, i quan algú se sent agreujat és més probable que accepti rumors que justifiquin el seu estat d'ànim i apuntin a un culpable. Aquest és un factor que ens pot ajudar a entendre per què, ara més que mai, escoltem al nostre voltant



una àmplia bateria de rumors que fan de les minories ètniques els «caps de turc» dels dèficits de l'Estat del Benestar. L'arribada de població estrangera fa més palesa la competència en la distribució de les prestacions socials. Val a dir que l'assignació de prestacions socials sempre ha generat malestar, però en una situació de crisi econòmica com ho és l'actual, amb l'augment de població en situació de precarietat econòmica, aquest és un tema especialment controvertit. Tot i això, s'obvia l'aportació imprescindible de la població estrangera, fonamentalment treballadora, al mercat laboral i al creixement econòmic de Catalunya dels anys anteriors, que en definitiva és l'aliment de l'Estat del Benestar i de qualsevol servei públic.

### 2.2.2. La influència dels altres

Sunstein (2010) ens ofereix una més àmplia panoràmica que té en compte la influència que els altres, el grup del qual formem part i que difon el rumor, exerceix sobre la nostra predisposició a creure'ns-el o no. Concretament, l'autor fa referència a tres fenòmens diferents:

- ◆ *Les cascades d'informació*: sovint els rumors es difonen per cascades d'informació. La dinàmica bàsica que hi ha darrere d'aquestes cascades és simple: en el moment en el que una determinada quantitat de gent sembla creure's un rumor, uns altres també ho faran, tret que es tinguin bones raons per creure que aquest rumor és fals. Atès que la majoria dels rumors estan relacionats amb assumptes sobre els quals la gent no té un coneixement directe o personal, s'acostuma a deixar en mans de la multitud. Així, si la majoria de la gent que coneixem es creu un rumor, nosal-

«Quan els gossos lladren, alguna cosa senten.», cita popular.

tres també ens inclinarem a creure'ns-el. A falta d'informació pròpia, acceptem les opinions dels altres.

Per descomptat, les persones poden tenir diferents nivells d'informació quan entren en contacte amb un rumor. Molts poden desconèixer completament el tema. Així, una vegada escolten alguna cosa plausible però preocupant, aquelles persones que no en tenen més informació poden creure's el que escolten si no saben res que apunti en direcció contrària. Unes altres persones poden tenir una certa informació, tot i que no suficient per contradir les opinions d'altres en les quals confien. Finalment, tindriem la gent que sí que té informació rellevant i plausible però que, no obstant això, poden tenir motius per acceptar el rumor fals. Segons l'autor, molt sovint la difusió comença per la gent que té poca o cap informació sobre el tema i a mesura que augmenta el nombre de «creients», acaba en boca d'altres que sí que tenen més informació però que l'acaben acceptant perquè «tanta gent no pot estar equivocada». El resultat és que àmplies capes de població acaben creient-se un rumor fins i tot quan aquest és infundat.

- ◆ *Les cascades de conformisme*: De vegades les persones es creuen un rumor perquè altres també ho fan. Però, en d'altres ocasions, només actuen com si se'ls creguessin. Se censuren a si mateixos per tal d'estar d'acord amb la majoria. Així, les cascades de conformisme ofereixen una altra explicació sobre com es difonen els rumors. Segons aquesta teoria, en ocasions les persones falsegen la seva pròpia opinió o coneixement, o com a mínim passen per alt els seus dubtes, quan es troben davant de les opinions manifestes de la massa. Així, en una cascada de conformisme, les persones s'alineen amb el grup per no enfrontar-se a l'hostilitat dels altres i mantenir la bona opinió que puguin tenir sobre ells, sense manifestar les seves opinions o dubtes.

- ◆ **La polarització del grup:** Des de l'àmbit de la psicologia social, es considera que quan les persones amb idees afins reflexionen, normalment acaben adoptant una posició més extrema de la que tenien abans del debat (Brown, 1986). En el context de la transmissió de rumors, les implicacions són senzilles: quan els membres d'un grup tenen una suposició prèvia i escolten un rumor que avala aquella creença, el diàleg intern reforçarà la idea que el que pensen és cert. L'intercanvi d'informació intensifica les creences existents. Segons aquesta teoria, l'opinió de les persones es torna més extrema quan hi ha rumors que la secunden, i perquè han adquirit confiança després de saber que altres persones comparteixen les seves opinions.

Aquest fenomen té un paper molt important en l'acceptació i transmissió de rumors. Quan algú escolta que les persones estrangeres tenen un tracte de favor davant de l'administració pública, pot indignar-se, no necessàriament perquè se senti indignat, sinó per demostrar que comparteix les mateixes conviccions que els integrants del grup del qual forma part. Fins i tot els membres d'aquell grup semblaran fortament convençuts d'aquest fet, mentre que a la intimitat puguin dubtar dels motius pels quals l'administració beneficia uns respecte d'altres.

### 2.2.3. Prejudicis i estereotips com a substrat dels rumors

Segons el que acabem d'exposar, una bona forma de combatre els rumors podria ser oferir a la gent informació objectiva i reemplaçar les falsedats per la veritat. No obstant això, l'experiència ens demostra que no és tan fàcil. La principal raó és l'existència de prejudicis i estereotips previs que ens fan més resistents a aquesta informació. Com ja hem vist en apartats anteriors, no



processem la informació de manera neutral. La nostra percepció esbiaixada i selectiva farà que acceptem la informació que dóna suport a les nostres creences anteriors, i que descartem o passem per alt aquells fets i informacions que les posen en dubte.

Així, si nosaltres intentem desmentir un rumor que hem sentit a partir d'oferir informació com ara estadístiques, fets o teories hem de ser conscients que podríem obtenir l'efecte contrari: en primer lloc la correcció pot molestar a l'altra persona i fer que es posi a la defensiva i reforci encara més el que ja pensava o, fins i tot, que radicalitzi el seu discurs. En segon lloc, tot i que poc raonable, la mateixa existència d'una correcció pot ajudar a confirmar que la creença prèvia era veritat. «Per què s'haurien d'esforçar a refutar una afirmació si no és perquè té alguna cosa de veritat?» En tercer lloc, la correcció centrarà l'atenció de les persones en el tema que debaten, i el fet de centrar l'atenció en això potser reforci la necessitat de posicionar-se sobre el tema.

Finalment, fer referència a la legitimitat de la font. És difícil que les persones es deixin convèncer per aquells que estan implicats en el mateix rumor a

partir d'oferir informacions, per molt objectives i fefaents que puguin semblar. Seguint amb l'exemple dels restaurants xinesos, difícilment la gent creurà els arguments del propietari d'un restaurant xinès per desmentir el rumor («És clar, tu què has de dir?»). Precisament per la seva implicació en el tema es pot suposar que darrere de la informació hi ha un interès personal. En canvi, si l'opinió prové d'algú que es pugui considerar «dels seus», és a dir, que es pugui veure més proper i legítim a l'hora d'oferir una informació, pot implicar una predisposició més alta. Com a exemple, fa pocs mesos l'Ajuntament de Reus va haver de fer front al rumor segons el qual els Serveis Socials oferien xecs regal als immigrants per canviar a les botigues de puericultura de la ciutat. L'estratègia que van seguir per desmentir-lo va ser la de buscar aliats. El propietari d'una d'aquestes botigues va sortir públicament, al costat dels regidors, per denunciar la falsedat d'aquesta informació.



### 3. Conèixer-se un mateix. Despertar la consciència crítica



#### EXERCICI INICIAL

A continuació podràs llegir quatre breus biografies que corresponen a quatre personatges diferents. Llegeix-les amb atenció i després tria el personatge que creus que correspon a cada història:



## **Biografia 1**

Va néixer al barri Gòtic de Barcelona. Des de la infantesa, sempre ha estat una persona apassionada. Molt independent, sempre ha lluitat per allò que ha volgut. I el seu somni era estudiar biologia, carrera que va començar quan ja era prou gran perquè ningú no confiés gaire que l'acabaria. Però ho ha fet, s'ha llicenciat. Es va casar molt jove, als dinou anys. No ha tingut fills, ha preferit centrar-se en la seva carrera professional.

Quan té temps, intenta estar al costat dels seus i fer alguna escapadeta a París, la seva ciutat predilecta. Catorze són les ciutats que ha visitat d'arreu del món. Pensa arribar fins a la vintena abans de fer els quaranta. A la feina, és una persona molt professional i seriosa però no dubta a regalar un somriure a tothom que el pugui apreciar.

## **Biografia 2**

És una persona carismàtica per naturalesa. Estima el seu Buenos Aires natal, però des de fa vint anys viu a Manresa, al costat de les seves companyes que la van acollir com una més. Exemple de solidaritat, ha cultivat la ment i el cos sempre posant-los al servei dels altres. És una persona treballadora de mena, incansable. Sempre té unes paraules de suport per a qui les necessita.

Va néixer en el si d'una família que pertanyia a l'oligarquia argentina al costat de set germans. Sempre ha estat molt vinculada al treball amb les persones empobrides. Ha voltat per tot el món i també ha cultivat les lletres. Entre d'altres coses, escriu. I no ho fa gens malament. Li agrada la vida contemplativa. Tot i estar envoltada de gent més aviat tradicional i conservadora, la seva tendència natural és l'esquerra, políticament parlant. El seu lema és viure amb il·lusió i passió. Aquest és el seu repte quotidià.

### **Biografia 3**

De pares exiliats, va arribar a Espanya a mitjan anys noranta i es va llicenciar en dret a la Universitat de La Laguna, a Tenerife. Després es va traslladar a Madrid, on amplia els seus estudis centrats en l'anàlisi del dret comparat. Allí coneix a la que és la seva actual parella. I surt de l'armari. Tot i que no li posen les coses fàcils, aconsegueix casar-s'hi.

A les seves estones lliures, practica amb la guitarra tot imitant un dels seus ídols, Andrés Calamaro. Llegeix Almudena Grandes i admira Woody Allen. Un dels seus somnis és aparèixer en alguna de les seves pelis. Combina la seva feina i la seva afició amb una activitat compromesa de lluita en defensa dels drets de les persones gais i lesbianes.

### **Biografia 4**

Esportista d'elit que ha guanyat més de deu medalles en diferents jocs olímpics, alhora que ostenta diversos rècords del món. En la seva modalitat és el/la millor esportista espanyol/a de la història. Anys enrere, va pertànyer a un comando del GRAPO que va assassinar el president de la patronal sevillana. Condemnat/ada i empresonat/ada, va protagonitzar una duríssima vaga de fam que va durar més de 365 dies. Després de sortir de la presó, va abandonar la seva activitat terrorista i es va dedicar a l'esport. I la natació era el que se li donava millor. Entrenant durament, va aconseguir guanyar alguns campionats regionals, després mundials, fins a arribar als Jocs Olímpics.

Ara contesta a la pregunta següent: quin personatge creus que correspon a cada biografia?

- Una monja de clausura
- Una persona paralítica
- Una mosso d'esquadra
- Un diputat del parlament



### *Algunes consideracions finals*

Les biografies descrites en aquest apartat estan inspirades en personatges reals. Una mosso d'esquadra que ha lluitat per aconseguir el seu somni, ser biòloga. Una monja de clausura «d'esquerres». Un polític gai fan del rock de Calamaro. I un paralític ex membre dels GRAPO i guanyador de deu medalles d'or de natació.

Però, què us ha passat pel cap quan us hem preguntat a quin personatge corresponia cada biografia? Potser «a cap d'ells», o potser «a qualsevol d'ells». Com a mínim segur que us han resultat un pèl curioses. Excepcions

potser? O part d'una realitat que moltes vegades està amagada en les grans generalitzacions, en els estereotips i prejudicis que tots nosaltres tenim? Potser no cap a la població estrangera, bé perquè formen part del nostre cercle més proper, bé perquè fins i tot ens hi podem sentir identificats. No obstant això, desenvolupar un paper com el d'agent antirumor ens obliga a fer una reflexió interna important. I és que tots tenim prejudicis i estereotips. Tots desenvolupem una percepció esbiaixada que ens ajuda a veure en el nostre entorn allò que volem creure i que corrobora el que ja pensàvem. Tots ens podem mostrar reticents quan algú intenta posar en dubte les nostres conviccions més profundes. Però com podem demanar als altres un canvi en aquestes concepcions si no som capaços de fer una autoreflexió i estar oberts també nosaltres a canviar la nostra manera de veure l'entorn?

Durant una sessió formativa d'agents antirumor una noia va explicar el rebuig que va sentir per part del seu entorn més proper quan va presentar la seva nova parella, un home musulmà. La por i el recel es van apoderar de les seves amistats i els seus familiars que s'esforçaven a convèncer a la noia de tot allò que els feia ser diferents i que impossibilitava la seva unió. Els assistents a aquella sessió formativa es van mostrar empàtics amb la història, van compartir el sentiment d'indignació i injustícia que exposava la noia. La reacció no va ser igual d'empàtica quan una altra noia va compartir la reflexió següent amb el grup: «El meu entorn no rebutjaria la meva relació amb un noi musulmà. Però sí amb un mosso d'esquadra».

Les persones estrangeres que viuen a Catalunya no són les úniques sobre les quals recauen un gran nombre de tòpics i falses concepcions. Hi ha molts altres col·lectius que han de lluitar dia a dia per l'imaginari que preval sobre ells. El capellà conservador, la política trepa i corrupta, el discapacitat indefens i feble, la funcionària mandrosa i malcarada, el gai amb ploma, l'alemany cap quadrat...., i segurament entre tots, fent una mica d'auto-

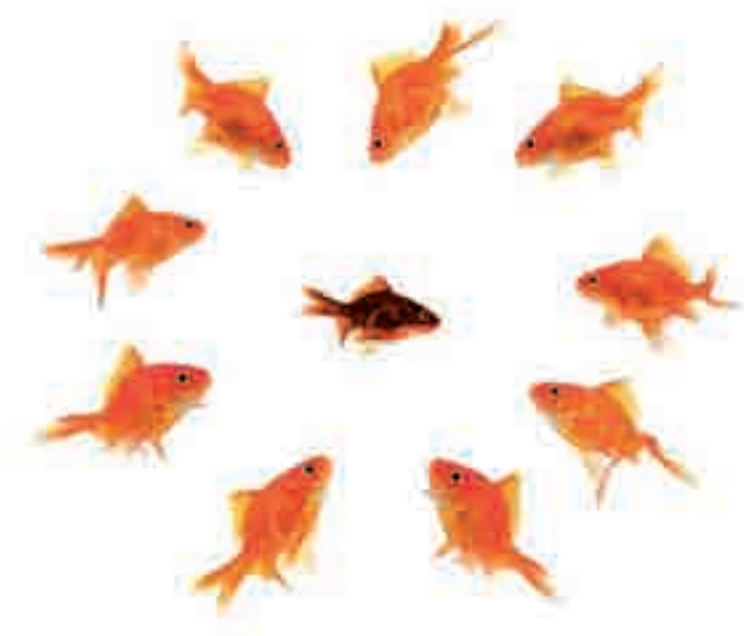
crítica sobre les nostres pròpies concepcions, podríem fer aquesta llista interminable.

I respecte als rumors, realment seria difícil afirmar que mai no ens hem cregut un rumor absurd o fins i tot que mai no l'hem difós. Segur que tots nosaltres hem escoltat alguna història conspiradora sobre algun govern o algun dirigent corrupte. O sobre els efectes cancerígens d'un refresc o aliment. O sobre l'estratègia d'expandir polls a les escoles per part de les farmacèutiques. O sobre la ideologia racista de famosos dissenyadors de moda. O el suport al terrorisme d'un grup de música pop, etc. Ara penseu, quines proves teníeu per creure-us aquestes històries? Estàveu realment segurs que el que es deia era veritat? Potser algunes d'aquestes històries tenien el suport de dades, estudis i proves, però segur que moltes altres no. Llavors, què ens va convèncer? Potser la credibilitat de qui ens ho explicava? Les creences prèvies que teníem sobre els funcionament dels governs, les farmacèutiques o el món de la moda? L'ampli consens i credibilitat que tenien aquestes versions al nostre entorn de referència?

En definitiva, el que intentem posar en evidència amb aquesta reflexió és que no som diferents de les persones a les quals com a agents antirumor volem sensibilitzar. En aquest sentit, l'empatia ha de començar per reconèixer els nostres propis estereotips o prejudicis i la nostra implicació en la propagació de rumors que no sabem si són certs. El diàleg constructiu, fins i tot el que encetem amb la finalitat de sensibilitzar, només és possible des del reconeixement de l'altre com un interlocutor vàlid, amb qui és possible intercanviar coneixements i experiències.

Aconseguir provocar un canvi en els altres ha de començar sempre per un canvi en un mateix.

# 4. Preparació de l'estratègia: les habilitats comunicatives en la sensibilització cara a cara



Les claus del pensament estratègic a les quals hem fet referència fins ara són elements previs a l'acció. Elements preparatoris que ens ajuden a comprendre a què ens enfrontem internament i externament. En aquest apartat s'abordaran, ara sí, els elements que fan referència a l'acció en si mateixa. Què hem de fer en el moment que decidim actuar davant un rumor o un prejudici detectat.

En els capítols anteriors hem evidenciat l'existència de multitud de rumors, estereotips i prejudicis a l'entorn de col·lectius d'origen geogràfic i cultural divers presents a la nostra ciutat. Persones provinents d'altres països o, fins i tot, segones generacions que tot i haver nascut aquí continuen sent etiquetats d'estrangers i són sovint assenyalats com a causants de l'incivisme a la ciutat o la saturació de serveis públics com ara la sanitat, l'educació o els serveis socials, entre d'altres. Tots nosaltres hem escoltat aquest tipus de rumors en el nostre entorn, a la feina, a l'escola dels nostres fills, al mercat o fins i tot en reunions familiars.

Quina actitud hem de mostrar davant d'aquest tipus de comentaris? Malauradament, en la majoria de situacions, molts de nosaltres simplement escoltem, o millor dit sentim, i en comptades ocasions rebatem aquests comentaris i rumors. Les males experiències o directament la por de l'enfrontament ens fan mantenir-nos passius. Ara bé, entenem que les **persones que s'erigeixen com a agents antirumor adquireixen un compromís per no tan sols escoltar, sinó també actuar**. En aquest apartat intentarem desplegar una estratègia d'acció que no tan sols pretén donar arguments de resposta davant dels rumors que escoltem, sinó que sobretot aporta eines per aconseguir una comunicació més eficaç i establir un diàleg productiu i positiu amb les persones a les quals intentem sensibilitzar.

El primer pas per aconseguir-ho, i encara que pugui semblar contradictori, és precisament **rebaixar les expectatives sobre els resultats que segurament obtindrem**. No hi ha una màgia especial en el procés de comunicació, no hi ha frases ni paraules secretes, no hi ha receptes poderoses o misteriosos sistemes que ens permetin persuadir els altres. Si això és el que busques potser serà més efectiu recórrer a la màgia negra o a les tècniques d'hipnosi.

Però canviar els estereotips i prejudicis de les persones és un camí de llarg recorregut que no tan sols depèn del que en un moment determinat diguem a una persona. Ara bé, aquesta dificultat no ha de permetre que ens deixem envair per un sentiment de derrota, per la convicció que els nostres actes no tindran cap impacte en el pensament dels altres. Ben al contrari, volem convidar-te a intentar-ho. El gran valor d'aquesta funció, la de l'agent antirumor, és aconseguir un petit canvi que sens dubte serà un gran pas. **Aconseguir que el nostre interlocutor torni a casa amb un dubte o que fins i tot incorpori en la seva manera de pensar una petita part del nostre discurs, s'ha d'entendre ja com el més gran dels èxits.**

La segona premissa per continuar llegint és **mantenir una actitud positiva**. L'actitud amb la qual ens enfrontem a aquest tipus de situacions serà clau per desplegar les habilitats que explicarem en aquest apartat.

Quina és la raó que ens impedeix obrir la boca quan sentim aquest tipus de comentaris? Què ens frena? Segurament la resposta rau en la forma com hem viscut experiències anteriors: com un enfrontament o com la causa d'una discussió acalorada. Situacions que ens han fet sentir incòmodes, per l'emotivitat amb què hi hem respost i el regust de frustració i culpa que ens han deixat en les nostres consciències.





És probable que aquesta sigui una de les principals raons per les quals ara, quan sentim segons quin comentari, el nostre pensament intern ens fa pensar en com serà d'insuportable aquella conversa, o que per la nostra ment passin pensaments com ara «a veure com en surto ara, d'això» o «i què li dic jo ara?». Mantenir una actitud positiva enfront d'aquestes situacions és un element clau que condicionarà el tipus de resposta que donem. O no creus que canviarà la teva manera d'actuar si en comptes d'aquests pensaments et passen d'altres com ara «perfecte, una altra situació per practicar el que he après i posar-me a prova». Mantenir la ment oberta i intentar aprendre de les diferents experiències que tenim i, sobretot, de les persones amb les

quals interactuem és fonamental per emprendre aquest repte amb l'energia que requereix. La vinyeta següent exemplifica clarament la importància de l'actitud en tot allò que fem:



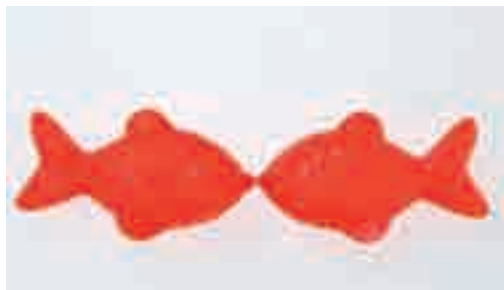
Un cop empenem aquest repte amb una actitud positiva, et proposem desplegar tota una sèrie de tècniques comunicatives que pensem que poden ajudar-te a maximitzar els resultats que pots obtenir en aquest procés de sensibilització. Es tracta de tècniques que poden semblar fàcils d'explicar i entendre, però que només poden arribar a ser dominades mitjançant l'entrenament i la posada en pràctica (Fine, 2008). Els resultats esperables són:

- ◆ **Més respecte:** La comunicació quotidiana està basada en gran mesura en la imitació (per exemple, jo aixeco la veu i l'altre aixeca la veu, jo somric i l'altre també ho fa). En el moment en què assumim una actitud de respecte cap al seu interlocutor, exerceix una influència sobre la persona convidant-la a tenir la mateixa actitud cap a nosaltres. Has estat en alguna situació en la qual notes que l'altre persona et mira i parla amb des-



cortesia, depreciant els teus arguments i posant en dubte els teus interessos? Ara pensa en la predisposició amb la qual després has escoltat els seus arguments. Hauries respost de manera diferent si la seva actitud també hagués estat una altra?

- ◆ **Més influència:** Quan ets honest i atent, tens més possibilitats d'aconseguir la participació dels altres i assolir consensos o despertar punts de trobada en les opinions expressades. També és més probable que aconseguis el que et proposes amb arguments que no lamentaràs en el futur. Per exemple: creus que podràs aconseguir un canvi d'opinió en el teu interlocutor si directament l'acuses de racista?
- ◆ **Més comoditat en casos de conflicte:** Desmentir un rumor, posar en evidència un estereotip o prejudici pot comportar un situació un tant conflictiva. Sobretot perquè qüestionem formes de pensar que estan molt



arrelades i que poden representar els valors de l'altra persona. Aconseguir respondre a aquestes situacions, i no reaccionar defensivament, és a dir, controlar els nostres propis sentiments per centrar-nos en els elements de la comunicació, ens ajudarà a viure amb menys estrès la situació i controlar millor les

nostres respostes escoltant i fent empatia amb la persona amb la qual estem parlant.

## 4.1. L'empatia i la sinceritat com a base de la comunicació eficaç

Per molt obvi que ens pugui resultar a nosaltres el que estem dient, per molt convincent que ens pugui semblar l'argument que intentem transmetre..., no sempre aconseguim «arribar» al nostre interlocutor. On és el problema? En què estem fallant?

Aristòtil fa ja més de 2.300 anys va establir les bases de la comunicació amb èxit. Segons aquest autor l'empatia i la sinceritat són dos dels elements bàsics per millorar la predisposició del nostre interlocutor i aconseguir que compregui i interioritzi el missatge que estem intentant transmetre-li (Borg, 2007).



Per comunicar-nos realment de manera efectiva hem de ser empàtics i tenir la capacitat de descentrar-nos. L'empatia significa que més o menys sentim i entenem el que l'altra persona està vivint. Per aconseguir-ho hem de ser capaços de descentrar-nos de la nostra pròpia experiència, és a dir, ser conscients que veiem les coses des de la nostra pròpia i limitada perspectiva. Així podrem entendre que les altres persones poden experimentar les coses de manera diferent de com nosaltres ho faríem, i així ens posem al seu lloc (Qureshi, 2009).

El punt de partida per despertar l'empatia és precisament no veure el nostre interlocutor com «l'enemic que cal derrotar», com l'opositor a qui ens hem

*«La manca d'habilitat de l'home per comunicar-se és el resultat de la seva incapacitat d'escoltar de veritat amb habilitat i comprensió cap a l'altra persona.»*

James Brog

d'enfrontar. En el capítol anterior hem intentat posar en evidència que tots nosaltres tenim prejudicis o estereotips, ja sigui cap a les persones de diferents orígens o cultures, o cap a molts altres col·lectius fortament estigmatitzats. I com tots nosaltres, en un moment o altre, ens creiem determinades afirmacions sense tenir informació contrastada i fefaent només perquè reafirmen cre-

ences que ja ens són pròpies. Precisament el que intentem és despertar la consciència crítica de tots, desdibuixant les categories de «nosaltres» contra «els altres» i fent-nos més propers a les persones a les quals intentem sensibilitzar, segurament molt més properes del que a primera vista podem pensar.

Entendre per què aquella persona pensa com pensa i diu el que diu és el primer pas per empatitzar-hi, tot i que no estiguem d'acord amb els arguments que esgrimeix.

En última instància, l'empatia es basa en la sinceritat. La sinceritat és essencial per sentir empatia, però ser sincer no basta, cal transmetre-ho a l'altra persona. Si mostres sinceritat, és a dir, que realment t'importen els sentiments, problemes i preocupacions de l'altre, les converses adquireixen un to diferent. L'altra persona és més receptiva a les teves preguntes, t'explicarà més coses, i això t'ajudarà a dirigir la conversa pel camí que busques.

Però recorda: la confiança es dona en les relacions, no en la personalitat d'algú. Per tant, parlem d'un aspecte que cal treballar i no tant d'una qualitat inherent a la persona. Així l'empatia i la sinceritat són dues qualitats que han

demostrat millorar els processos de la comunicació (Borg, 2007) i, per tant, l'èxit d'un individu a l'hora d'apropar el seu interlocutor al seu punt de vista.

Quins són els elements que ens ajuden a desenvolupar l'empatia en la comunicació i demostrar-la al nostre interlocutor? El diagrama següent ens mostra aquests elements, que expliquem a continuació:



Elements de l'empatia

### 4.1.1. L'escolta activa

L'acte de comunicar-nos comença per l'habilitat d'escoltar el que els altres ens han de dir. Però escoltar és alguna cosa més que estar callats mentre l'altre ens parla. L'escolta activa ens ha d'ajudar a comprendre els pensaments, sentiments i accions de l'altra persona.

Amb massa freqüència, pensem que l'escolta és una activitat passiva. Fins i tot massa passiva, i sentim la necessitat constant de parlar. Segur que en més d'una ocasió has pogut conèixer persones que semblen tenir la necessitat de parlar compulsivament, interrompent amb consideracions supèrflues. Fan intervencions que no aporten res constructiu a la conversa o que fins i tot poden desviar-la del tema principal. Aquesta actitud rau en una creença errònia segons la qual parlant constantment estan comunicant, sense tenir en compte que l'escolta atenta també forma part de la comunicació.

Això sí, escoltar no és únicament no dir res mentre l'altre parla, sinó extreure un sentit del que ens diu, i no tan sols amb paraules. Més endavant parlarem també de com escoltar és alguna cosa més que prestar atenció a les paraules que diu el nostre interlocutor, ens referim a escoltar la globalitat de la persona, què ens diu amb el seu cos, quina intenció dóna a les paraules amb el to de veu que fa servir, etc.

#### *Què cal evitar per escoltar activament?*

Un dels principals obstacles per a l'escolta efectiva és la velocitat amb què pensem. Si bé podem dir entre 120 i 150 paraules per minut, la nostra ment ens permet pensar a una velocitat de 600 o 800 paraules per minut. Així podem pensar molt més de pressa del que qualsevol pot parlar. Aproximadament, pensem quatre o cinc vegades més de pressa del que parlem,





d'aquí que tendim a pensar sobre altres coses i no tan sols sobre el que s'està dient.

El pensament de qui escolta sempre va per davant de la persona que parla. Quan escoltem altres persones la nostra ment té temps de desviar-se de les paraules que es diuen. Per això moltes vegades perdem la concentració i fins i tot comencem a pensar en altres coses que en aquell moment absorbeixen la nostra atenció (Borg, 2007). No t'ha passat mai que no saps com, quan escoltes algú, acabes pensant que has de fer la compra pel sopar d'aquella nit?

Quan el tema de conversa és un rumor que volem desmentir, el problema és que mentre l'altra persona ens parla, nosaltres ja estem pensant en quin discurs podem fer servir per contraargumentar. **Però recorda, no existeix l'argument perfecte, el que hem de trobar és el millor argument per a la persona amb la qual estem parlant.** Si no l'escoltem abans, difícilment trobarem la resposta idònia. Pot semblar que estàs escoltant, però en realitat estàs únicament esperant el torn de paraula.

*«És millor romandre callat i semblar enze que obrir la boca i desvelar els dubtes definitivament.»*

*Groucho Marx*

La forma amb què escoltes i respons a altres persones és molt important per millorar l'acte de la comunicació i la relació en si. Si escoltes emfàticament estàs transmetent que t'interessa tot el que l'altra persona diu i fas un esforç per entendre el seu punt de vista. Si fas el contrari,

l'altra persona se n'adonarà i perdrà l'interès per continuar parlant: «Per a què si no m'escolta». Per tant, no tan sols parlem d'escoltar, sinó també de demostrar que l'estem escoltant. Així la persona amb la qual parlem sentirà més còmoda, ens mostrarà la seva perspectiva de manera més oberta i ens permetrà així entendre-la millor. A més, hem de tenir present que com més interès mostrem pel que ens diuen els altres, amb més predisposició es mostraran per escoltar el que nosaltres direm.

Com podem mostrar que escoltem activament? (Borg, 2007):

- ◆ **No interrompre:** Interrompre és un signe que no estàs escoltant, o que estàs desitjant desviar la línia de raonament de l'altre en favor de la teva pròpia, o que ets una de les tantes persones a les quals els agrada més parlar que escoltar. És menys probable que l'altra persona t'escolti atentament, quan ha de fer-ho, si la talles enmig d'una frase. La propera vegada que t'interrompin pensa un segon com t'has sentit. Tens ganes de continuar la conversa amb aquella persona?
- ◆ **No acabis les frases de l'altre:** Un altre costum força desagradable, quan es dona de forma reiterada, és acabar les frases de qui està parlant. Això no vol dir que no puguis fer-ho puntualment, per exemple, quan la persona s'encalla i no troba la paraula adequada per al que ha d'expressar. Ara bé, no deixis que es converteixi en un hàbit. Si ho fas molt sovint pots

irritar el teu interlocutor fins al punt que senti que no controla les seves pròpies idees. A més, has de tenir present que pots equivocar-te en el teu raonament i presuposar un final equivocat, fins i tot que pots arribar a aportar nous raonaments o rumors als quals ja estàs intentant fer front.

No presuposar el que el nostre interlocutor ens ha de dir pot evitar que caiguem en equívocs i ens ajudarà a entendre millor el que l'altre està argumentant. En el tema concret del qual parlem, segur que molts de nosaltres tenim la sensació d'haver escoltat tantes vegades els mateixos rumors que pràcticament els podríem reproduir sentint «els primers acords de la cançó». Ara bé, recorda que a tots ens agrada sentir-nos escoltats i que si ho fas, si escoltes fins al final, és possible que descobreixis nous matisos o argumentacions que et poden resultar d'utilitat en el teu raonament i en futures ocasions.

### Exemple:

**Veïna:** Has vist la de xinesos que estan obrint botigues al barri? Com si no tinguéssim prou amb els badulaques que ja hi havia. Si és que és una invasió, així no m'estranya que hagin de tancar les altres botigues. És clar com que no...

**Agent antirumor:** (Interrompent-la) No paguen impostos ni respecten els horaris comercials. Però com ho sap vostè, això?

*(Pensa que en no escoltar el que anava a dir, l'agent antirumor ha donat per descomptat que la veïna reproduïa dos rumors que estan força estesos, però potser només en reproduïa un d'ells o fins i tot un de diferent.)*

**Parlar per sobre de l'altra persona:** Un altre mal hàbit és parlar per sobre de l'altre mentre parla. D'aquesta manera estem transmetent que no ens interessa en absolut el que l'altre ens està explicant o, el que és pitjor, que el que nosaltres li explicarem és més encertat i important. Tots en algun moment hem parlat per sobre d'altres persones, per l'excitació, el desig de mostrar empatia o simplement la intenció de desmerèixer l'altre. Ara bé, recorda que si la persona no se sent escoltada difícilment ens escoltarà a nosaltres. Si això ho fem sovint, cal evitar-ho i el primer pas és despertar la consciència i prestar atenció per no repetir-ho.



**Parafrasejar:** Escoltar empàticament és la clau per fomentar les relacions interpersonals. La tècnica de parafrasejar és molt poderosa, atès que permet que la persona que ens està parlant vegi les idees i sentiments que ha expressat des del punt de vista de l'altra persona. Quan tu parafrases no estàs afegint res de nou al missatge, sinó retornant el sentit del que has entès. Qui ha escoltat està simplement explicant a qui ha parlat, utilitzant les seves pròpies paraules, el que interpreta del que s'ha dit. D'aquesta manera donem el missatge que estem intentant entendre el que ens diuen i segurament això serà molt valorat com a mostra d'escolta. A més, això permetrà al nostre interlocutor tenir una perspectiva més clara de les implicacions de la seva línia de pensament. Unes implicacions de les quals pot no ser conscient.

#### **Exemple:**

**Agent antirumor:** Així que estàs molesta perquè els amos dels comerços on ara compres no són catalans o espanyols, sinó que són estrangers?

**Veïna:** Bé, jo... No és exactament el que volia dir, de fet no compro allà, compro al supermercat de la Rambla. Però m'agradava més quan anava a comprar a ca la Rosita. Aquella carnisseria que hi havia a la cantonada, la recordes?

**Agent antirumor:** Ah, és clar, nosaltres també hi anàvem quan érem petits, no? I per què va tancar?

**Veïna:** Va tancar quan van obrir el súper. Però jo a ella la coneixia de tota la vida i ja em separava la carn que ens agrada a casa.

**Agent antirumor:** Sí, és clar. Has provat a anar a alguna d'aquestes carnisseries noves? Segur, dona, que trobaràs una que tingui també carn molt bona i acabaran coneixent els vostres gustos. Tant és si ho porti una família estrangera? Com que ara anem tots a comprar al supermercat ja no en queden gaires, de petites. Et proposo que ho provis una temporada i ja m'explicaràs.

Tenim moltes més possibilitats de ser escoltats i tinguts en consideració si podem arribar al fons del raonament de la persona amb la qual parlem. Les persones més carismàtiques són aquelles que tenen la capacitat de sentir i expressar fascinació pel que l'altra persona els està explicant.

- ◆ **Fer preguntes per mostrar interès i entendre bé el raonament de l'altre:** L'escolta activa implica entendre millor la persona amb la qual estàs parlant i això no sempre és fàcil. Per aquest motiu, en ocasions hauràs de fer preguntes que et permetin esbrinar quin és el raonament que pot haver darrere d'una argumentació. No tinguis por de preguntar perquè si entens

bé el seu raonament i els sentiments que hi ha darrere podràs adequar la teva resposta al teu interlocutor.

La millor manera de guanyar-te la voluntat del teu interlocutor és manifestar interès amb humilitat, respecte i educació. Intenta oferir explicacions que tinguin en compte el seu propi punt de vista. Pensa que preguntant també pots descobrir si darrere del seu argument hi ha alguna preocupació subjacent.

**Exemple:**

**Ciudadà:** A Serveis Socials s'hi ha d'anar amb un mocador al cap perquè et donin un ajut. Si ets d'aquí segur que no te'l donen!

**Agent antirumor:** Com ho sap, això? Què vostè necessita algun ajut?

**Ciudadà:** Jo no però la meva germana sí. D'aquí a no res la fotran fora del pis. La pobra no pot pagar la hipoteca.

**Agent antirumor:** I ha anat a Serveis Socials a preguntar per la seva situació? Aquest servei té unes normatives legals i criteris que no valoren en cap moment ni la nacionalitat ni la religió de la persona que ho demana. Si la seva germana ho necessita, els professionals del servei valoraran el seu cas i potser li poden oferir alguna alternativa.

A més, la pregunta pot ser també una gran eina de reflexió, fins i tot pots substituir el teu argument a partir de preguntes que facin reflexionar a la persona sobre les implicacions del que està argumentant.

**Exemple:**

**Company de feina:** Estic molt preocupat. A la Joana, la meva filla, li ha tocat l'escola del barri.

**Agent antirumor:** I quin és el problema?

**Company de feina:** Home, que no saps que l'escola del barri és plena d'immigrants?

**Agent antirumor:** I...?

**Company de feina:** Doncs que aquests nanos no s'enteren de res i així la meva filla no avançarà mai.

**Agent antirumor:** Home, puc entendre que estiguis preocupat per l'educació de la teva filla, tots ho estem. Però, com saps que el fet d'anar amb nanos d'altres països pot perjudicar el seu aprenentatge? I si és al contrari? Abans de preocupar-te'n, potser pots anar a parlar amb la directora del centre per tal que t'expliqui bé quin projecte educatiu tenen. Potser també pots demanar informació directament a altres pares d'alumnes de l'escola. I si t'agrada el que t'explica, per què no proves un any i si realment no t'agrada l'escola la canvies? Total, anar a una escola amb tot de nens catalans tampoc no t'assegura que us agradi, no?

### 4.1.2. Valorar l'altra persona

En capítols anteriors vàiem que els rumors que més es transmeten són aquells que vivim de forma propera i que tenen a veure amb temes que ens preocupen i que responen a les nostres pors i inquietuds. Aquesta és precisament la part que més hem de valorar. En cap cas hem de desmerèixer la preocupació d'una família per l'educació dels seus infants, per la situació econòmica d'un amic o familiar, o fins i tot per la seva pròpia. Reconèixer i valorar aquesta preocupació pot facilitar que escolti més obertament el nostre raonament, tot i que sigui contrari al seu.

#### Exemple:

**Carla:** La veritat és que amb això de la crisi el país està fatal. Has vist quina quantitat de gent jove a l'atur? Però com volen que s'independitzin? I a sobre, tots els ajuts acaben sent per als estrangers que són els pocs que treballen.

**Agent antirumor:** Sí, la veritat és que ara hi ha moltes famílies que ho passen malament. A tots ens ha tocat una mica.

**Carla:** Sí, el meu fill ara és a l'atur i el pobre té dos fills.

**Agent antirumor:** Segurament ho esteu passant molt malament. Quan li passa a un fill es pateix molt. Ha provat si pot rebre algun tipus d'ajut o si hi ha algun servei que el pugui ajudar?

**Carla:** Però que no t'he dit que tot ho donen als estrangers?

**Agent antirumor:** Però ho ha provat? Si no va a l'Ajuntament no sabrà si el poden ajudar. Pensi que els serveis i ajuts estan per a qui els necessita més, no per a estrangers o espanyols.



A més, és possible que la persona hagi experimentat personalment algun episodi desagradable que ha reafirmat la seva manera de pensar. Una de les principals premisses per establir una comunicació eficaç és el respecte mutu. Per aquest motiu pot ser una bona estratègia valorar l'altre sempre que ho fem d'una manera sincera.

Exemple:

**Agent antirumor:** Ostres! Entenc que ho vas haver de passar molt malament quan et van robar al metro, ha de ser una experiència molt desagradable. Però, home, no diguis que tots els nois marroquins són uns lladres pel fet que un noi marroquí t'hagi robat al metro. Si hagués estat un català no pensaries que tots catalans són uns lladres, no?

Per tractar la persona amb respecte, centra l'atenció en la dificultat que cal resoldre, que en aquest cas és desmentir un rumor, i no tant en la persona responsable de la seva difusió. La comunicació orientada a la persona, en canvi, posa a la defensiva l'interlocutor i gira a l'entorn de culpar l'altre en comptes d'oferir solucions i contraargumentacions. Per exemple, nosaltres podem dir a l'altre: «és que sempre et creus tot el que t'expliquen, no tens la mínima capacitat crítica», o per contra podem dir-li: «Estem tan bombardejats per aquest tipus de rumors que és molt fàcil acabar creient-se'n alguns, com que tanta gent se'ls creu, no?»

**Recorda:** no menyspreïs les opinions de l'altra persona, per molt que no hi estiguis d'acord. Valorar l'experiència del teu interlocutor i assenyalar els punts en comú respecte al que tots dos penseu pot ajudar que els teus arguments, tot i que siguin contraposats, tinguin millor acceptació.

**La conversa que valora l'altre ajuda que les persones se sentin compreses, valorades i acceptades.**

Per contra, la conversa que menysprea l'altre fa que les persones se sentin incompreses, menyspreades i incompetents. La comunicació que menysprea el nostre interlocutor està relacionada amb la superioritat, és rígida, insensible o indiferent.

***Recorda:** No culpabilitzis els altres si no vols que es posin a la defensiva. A ningú no li agrada que el titllin de racista o ignorant.*

### 4.1.3. Atenció

La majoria de nosaltres tenim una capacitat d'atenció força escassa. És molt difícil mantenir el nivell d'interès constant. Només es manté l'atenció quant l'interès per la conversa augmenta. Ja hem comentat més amunt la dificultat de mantenir l'atenció quan la nostra ment va quatre o cinc vegades més de pressa que les paraules del nostre interlocutor. Així és com comencem a pensar en altres coses, com per exemple com contestarem a aquella persona sense escoltar amb atenció el que ens està dient.

Exemple:

**Company de feina:** L'altre dia em van robar el mòbil al portal de casa. Va ser un estranger. Aquesta gent només ve a robar-nos.

**Agent antirumor:** Però no diguis això, home. Que un romanès et robés la cartera no vol dir que tots siguin uns lladres. Vas poder trucar a casa per a què et vinguessin a buscar?

Com creus que se sentirà el teu company de feina davant d'aquesta resposta per part teva? Creus que se sentirà motivat a continuar amb la conversa?

És aquí on podem formular-nos altres preguntes: com ho podem fer perquè la gent ens escolti? Com ho podem fer per no perdre la seva atenció? En primer lloc, cal fugir de llargues argumentacions en les quals fem servir conceptes abstractes com ara la globalització o la multiculturalitat. És molt més efectiu fer servir arguments curts, clars i que vagin directes al gra de la conversa; i fer servir exemples i arguments que ja hagi aportat la persona però reconduint-los a punts de trobada, punts en comú. D'altra banda, ja hem parlat del poder de la pregunta per fer reflexionar però també per mantenir l'interès i l'atenció de la persona. Intenta realment establir diàlegs en els



quals totes dues parts escolten i aporten i fuig dels llargs monòlegs en els quals tan sols demostres tot el que saps sobre la immigració.

#### 4.1.4. Comunicació sense presses

Les presses són el pitjor enemic d'una comunicació efectiva. Triar bé el moment, el lloc i la companyia són elements que haurem de controlar si volem que el nostre missatge tingui alguna mena d'impacte. Si abordem qualsevol persona en qualsevol moment i lloc és molt probable que se'ns consideri inoportuns. Has sentit alguna vegada que la gent et defuig per què «sempre estàs parlant el mateix tema»? És més probable que les teves paraules tinguin més efecte si les dius en el moment oportú:

- ◆ **Triar bé el moment:** En molt comptades ocasions un rumor apareix com a tema central d'una conversa des del principi. La majoria de vegades, apareix de manera indirecta, quan la discussió està girant a l'entorn de qualsevol altre aspecte.

##### **Exemple:**

*(Esperant a la cua de la fruiteria del mercat.)*

**Agent antirumor:** Què tal, Maria, com està la petita?

**Maria:** Molt bé, cada dia més gran. Ja ha començat l'escola i estem molt contents. La veritat és que ens va costar trobar-ne una de bona. Ja saps que el nostre barri està cada dia pitjor, amb tanta immigració.



Amb aquest comentari, la Maria està posant sobre la taula dues pressuposicions, la primera que l'arribada de població immigrada és la causa de la degradació d'alguns barris, i la segona que fan baixar el nivell educatiu de les escoles. El primer que ens hauríem de preguntar abans d'intentar rebatre aquests rumors és si ens trobem en el moment adequat per fer-ho. Sabem que en pocs minuts la Maria serà atesa per la dependenta de la fruiteria i ens acomiadarem fins a la propera. Estem segurs que aquest és el millor moment? Tindrem temps per, en dos minuts, rebatre aquests comentaris? Creus que podràs captar la seva plena atenció en tant poc temps? Arribarà a escoltar-te? I el que és més important, arribaràs a escoltar-la tu a ella?

De vegades la millor estratègia pot ser retirar-se i esperar a trobar el millor moment per entomar la conversa de manera tranquil·la, amb temps per

escoltar més atentament les explicacions i trobar el millor i més convincent argument de resposta.

**Agent antirumor:** Ah, doncs això que m'expliques del barri m'interessa. Què et sembla si ens n'anem a prendre un cafè i m'ho expliques? Si no et va bé podem mirar de quedar un altre dia, que me'n dius?

Hi ha algunes situacions en les quals sabem que no tornarem a veure aquella persona potser perquè ni tan sols la coneixem. Com per exemple quan escoltem un comentari entre dues persones a l'autobús o al metro. La nostra reacció més visceral pot ser deixar anar algun comentari sarcàstic que deixi clar el nostre punt de vista, en contraposició al que acabem d'escoltar, per exemple «sí, és clar, i jo he sentit que als comerciants xinesos fins i tot els paguen unes vacances a Tahití». Però hem de tenir present quin serà el veritable impacte del nostre comentari. Potser ens deixa a nosaltres amb la consciència tranquil·la: «He dit el que pensava». Però realment farem reflexionar a aquella persona? O més aviat se sentirà ofesa i respondrà radicalitzant encara més el seu discurs?

◆ **Triar bé el lloc:** Tan o més important que el moment és el lloc. Hem de tenir en compte les distraccions visuals que poden fer que el nostre interlocutor estigui més interessat o preocupat per altres aspectes que no pas per la nostra conversa. Si volem reprendre el tema amb la Maria, potser el seu despatx de feina no és el millor lloc. Mentre nosaltres intentem donar argumentacions i parlar sobre el tema, és probable que ella estigui més concentrada en la muntanya de papers que s'apilen a la seva taula.



### Exemple:

*En el pensament de la Maria, mentre conversa amb nosaltres: «Tot just ara recordo que haig d'enviar un missatge abans de les dotze i que he d'imprimir el Power Point per a la reunió. A veure si m'acomio de presa i poso fil a l'agulla.»*

Triar bé el moment i el lloc contribuirà a trobar una millor predisposició per part del nostre interlocutor. Segurament un espai més tranquil, lliure de distraccions, ens permetrà concentrar-nos en la conversa.

- ◆ **Evitar les interrupcions:** Un dels aspectes que més pot desviar l'atenció del nostre interlocutor són les interrupcions constants a la nostra conversa. Si es dona una interrupció puntual, és probable que la persona amb la qual estem parlant perdi uns segons la seva concentració. Reprèn el tema fent un resum del que estàveu parlant just abans de la interrupció. Així l'ajudaràs a reprendre el fil, i a més la pot ajudar a visualitzar millor els teus arguments i mostrar una línia de pensament lògica i estructurada.

*Just després d'una conversa telefònica amb el seu marit la Maria penja el telèfon i torna a la conversa.*

**Agent antirumor:** Sí, Maria, m'estaves explicant que estaves molt contenta per haver trobat una escola fora del barri per a la teva filla. Sí que és una elecció complicada i de responsabilitat. El que et comentava jo és que el fet que hi hagi nens estrangers en una escola no vol dir que sigui dolenta. Hi ha escoles que precisament han endegat projectes educatius que intenten fer de la diversitat un potencial educador. Algunes estan tenint resultats molt interessants i fins i tot estan destacant en les proves de nivell que fa la Generalitat a tots els centres.

Saber quin és el lloc i moment adequat, o més aviat saber quins no són els adequats, ens ajudarà a aconseguir més predisposició per mantenir un diàleg eficaç i de millor qualitat. Abordar en qualsevol moment i racó les persones que t'envolten per intentar sensibilitzar-les sobre aquests aspectes et farà presentar-te davant dels altres com aquella persona inoportuna que sempre està parlant dels mateixos temes.

- ◆ **Triar bé la companyia:** De vegades les persones que ens envolten poden tirar per terra tots els nostres intents per mantenir una conversa distesa. Pot tractar-se d'una persona que constantment interromp el nostre interlocutor, amb respostes acusatòries sobre els prejudicis que pot estar mostrant o fent servir arguments que fins i tot poden ser contraproductius. La resposta que segurament obtindrem d'aquella conversa serà una actitud defensiva que pot derivar en un posicionament encara més extrem i difícil de moure. Així, pot resultar una millor estratègia buscar un moment en el qual el teu interlocutor i tu estiguen sols, i un espai en el qual s'eviti una sensació de confrontació, d'«ells contra nosaltres».



- ◆ **El silenci:** El silenci pot ser una eina igualment efectiva en tota classe de converses. El problema és que molts de nosaltres ens sentim incòmodes davant del silenci. Com reaccions normalment davant del silenci? Et sembla una eternitat? Intentes omplir-lo amb el primer que et passa pel cap? Et remous en el seien mentre esperes amb totes les teves forces que l'altra persona digui alguna cosa..., el que sigui? Sents que has dit alguna cosa incorrecta?

Quan parlem o escoltem, el silenci serveix per permetre a totes dues persones que pensin. Entendre l'altre no és un procés automàtic, sinó que moltes vegades requereix un temps de reflexió. Però estem molt poc acostumats a respectar-ho. Fins i tot el silenci ens genera tal incomoditat que sentim la necessitat d'estar preparant la nostra intervenció quan l'altre està parlant per tal d'omplir qualsevol buit que pugui produir-se. Però si fem això no estem escoltant. Amb les presses per compartir els nostres pensaments parlem massa o, fins i tot, interrompem l'altre només per assegurar-nos que el nostre punt de vista és escoltat (Fine, 2008).

#### 4.1.5. **Mantenir la relaxació: com abordar les converses més complicades**

És possible que una de les coses que més compliqui el procés de comunicació sigui la part afectiva. Com se senten les parts implicades (enfadades o contentes, per exemple) pot tenir un impacte en el funcionament de la comunicació.

Segurament tots nosaltres ens hem adonat alguna vegada que ens és més fàcil comunicar-nos amb aquelles persones que ens agraden que no pas amb

aquelles que considerem desagradables. La nostra actitud davant de la persona amb la qual ens comuniquem o el nostre estat emocional tenen un impacte molt important en tot aquest procés, influeixen en la nostra capacitat de comunicar-nos. D'aquí que sigui tan important poder detectar i prendre consciència dels nostres sentiments. Com ens comuniquem si estem enfadats, tristos o ansiosos? I si ens sentim incòmodes amb la persona amb la qual estem parlant? (Qureshi, 2009).

Dèiem a l'inici d'aquest capítol que una de les principals causes per les quals moltes vegades preferim quedar-nos callats abans que interpel·lar els rumors i estereotips que sentim al nostre voltant és la por de la confrontació. Efectivament, per la càrrega ideològica i emocional que porten associats aquests temes, el diàleg acaba caient en una confrontació directa, una discussió, sense que moltes vegades sapiguem com controlar-la. A més, l'efecte d'aquestes situacions no és pas la sensibilització de cap de les parts, ben al contrari. Normalment els interlocutors acaben radicalitzant els seus discursos inicials reafirmant-se en el que pensaven des del començament. A continuació t'oferim algunes recomanacions que poden ajudar-te a respondre davant d'aquestes situacions.

- ◆ **Respira i mantingues la calma.** No facis acusacions, recorda que no estàs enfrontant-te a un enemic. Estàs dialogant amb un amic, col·lega o usuari. Comunica la teva discrepància, però recalca també els teus punts d'acord. Si elimines les afirmacions amb càrrega emocional i treballa sobre la base de



l'acord mutu et serà més fàcil dialogar amb aquella persona. El que passa en aquest tipus de situacions, quan intentem desmentir un rumor, és que moltes vegades el mateix tema desperta en nosaltres emocions fortes, bé perquè sentim que s'està fent una injustícia, bé perquè ens podem sentir identificats amb les persones que s'està acusant, bé perquè sentim la responsabilitat de fer canviar l'opinió de l'altra persona.

(Veí que es troba amb una altre veïna a l'escala.)

**Veí** (amb un to crispat): Aquests moros del barri no fan més que estar al carrer sense fotre ni brot. Bé, res, res, tampoc, que segur que estan mirant a veure què pispèn. A veure si els fan fora d'una vegada i se'n tornen al seu país. Que els aguantin allà.

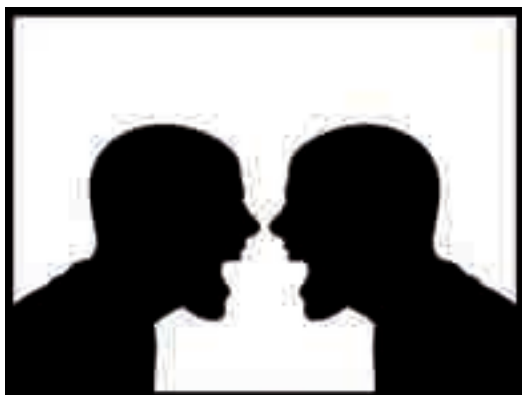
**Veïna**: Escolti, que aquesta gent no li ha fet res, a vostè. Si fossin joves espanyols segur que no pensaria el mateix! A més, també podria marxar vostè al seu poble, que tampoc no va néixer aquí.

**Veí**: Però jo sóc espanyol i ells no!

Has tingut alguna conversa similar? Pots sentir-te identificat amb aquesta manera de reaccionar? Si sents que comences a enfadar-te, pren-te uns moments per respirar profundament, recobrar la calma i tornar a parlar. És més fàcil fer malbé una relació personal o professional quan les emocions treuen el pitjor de nosaltres.

- ◆ **No igualis l'energia hostil**: Quan t'enfrontes a una persona agressiva que fa servir tàctiques comunicatives hostils, potser perquè el tema també li

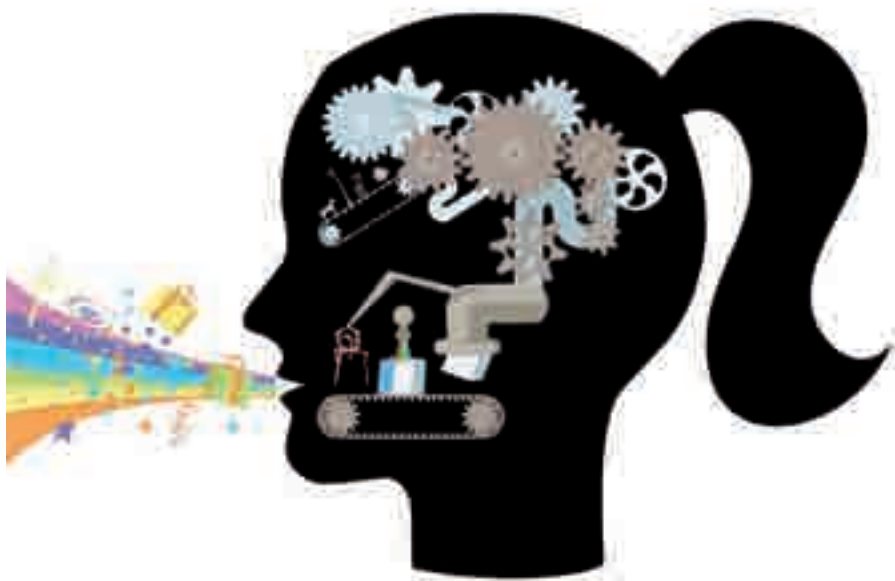
toca de prop a ella i ha deixat anar la seva part més emocional, fes tot el que puguis per mantenir-te en calma. Si iguales aquest tipus d'energia amb les teves paraules, to de veu o llenguatge corporal, només augmentaràs el teu nivell d'ira i el de l'altre i difícilment arribareu a escoltar-vos l'un a l'altre. És necessari molt autocontrol perquè aquesta actitud no t'afecti. La majoria de nosaltres reaccionaria responent de la mateixa manera, com a defensa. Respira fondo i recorda que estaràs més protegit si ets tu qui conserva la calma. Ara, més que mai, intenta escoltar l'altre i empatitzar-hi. Contempla què està passant de la manera més objectiva possible i no emocional. No permetis que els sentiments t'arrosseguin a adoptar una postura defensiva.



- ◆ **Mantingues una postura corporal oberta i dialogant:** Mostrant les palmes de les mans, assentint amb el cap, recolzant la mà al pit o evitant encreuar els braços. Com veurem més endavant, totes aquestes són postures que ens ajudaran a mostrar una actitud receptiva, dialogant i no enfrontada.
- ◆ **Reflexiona sobre les teves presumpcions** Sobre el teu interlocutor o sobre la pròpia conversa atès que aquestes afectaran la teva actitud. Si ja des

de l'inici penses que la conversa serà insuportablement complicada, segurament ho serà perquè la teva actitud ja predisposarà que ho sigui. Ara bé, si pel contrari creus que, més enllà del resultat, segurament podràs extreure alguna cosa positiva de tot allò, és probable que ho aconseguiràs.

Pensa en l'altra persona: com veu la situació? Com creus que percep el problema? Quines són les seves preocupacions, dubtes i temors? Aquesta és la manera de començar a veure d'una altra forma la persona amb la qual estàs conversant, no com un oponent, sinó com un interlocutor.



## 4.2. La comunicació no verbal: què expressem amb el nostre cos

*Has desconfiat mai d'una persona sense una raó aparent? Segurament el llenguatge corporal n'ha estat el culpable.*

La facultat de comunicar-nos no recau únicament en la capacitat de poder parlar i expressar-nos mitjançant el llenguatge: també ens comuniquem amb els gestos, postures, mirades, mans, somriures..., amb tot allò que anomenem *comunicació no verbal o corporal*. Abans d'emetre qualsevol missatge verbal ja ens estem comunicant. Molts experts en comunicació corporal diuen que la millor manera que té l'home de comunicar-se és mantenint la boca tancada.

Aquesta afirmació, a priori, no tan sols desconcerta, sinó que sembla una paradoxa. Però, has provat alguna vegada de parlar amb una altra persona sense moure el cos (el cap, els braços, les mans, els ulls...)? És gairebé impossible.

Tant és així que el psicòleg A. Mehrabian va classificar el nivell de comunicació dels éssers humans en percentatges, i va donar més rellevància a l'aspecte del llenguatge corporal (55%) que a la paraula (7%), superada pel to de la veu (38%).



Per mantenir una comunicació eficaç cal que compreguem les emocions dels altres. El llenguatge corporal és el principal mètode per comunicar emocions a l'altra persona, de manera que ser capaç d'interpretar-lo i mostrar empatia cap a l'altra persona és fonamental.

Estigues atent a si el teu interlocutor et mostra tristesa o preocupació a través de la seva expressió facial; si encreua els braços tirant-se enrere amb el front arrugat, perquè potser està mostrant una actitud tancada cap al que dius; si agita el peu o mira el rellotge perquè potser no t'ho diu però s'està allargant massa la conversa. En definitiva, deixa que el seu cos t'expliqui com se sent.

Ara bé, aquestes expressions no són sempre universals. No tan sols per una qüestió cultural sinó també de la pròpia personalitat de cadascú. Per tant, cal interpretar el comportament no verbal amb la comprensió del context sent oberts a altres formes d'expressar les emocions. De la mateixa manera, és probable que en algun moment els teus gestos o paraules siguin també mal interpretats.



No sempre som conscients del que transmet el nostre llenguatge corporal als altres. Però és important prestar atenció i aprendre a controlar el nostre llenguatge corporal per tal que aquest contribueixi a donar suport al mateix que pretenem expressar amb els nostres arguments. Si vols que et vegin com una persona segura, honesta i informada fes servir eines com les següents:

- ◆ **Somriu:** T'has plantejat mai el poder que té el somriure? Somriure no tan sols aconseguirà una predisposició més oberta cap al teu interlocutor, sinó que t'ajudarà a relaxar-te i sentir-te més positiu. Somriure és una bona pràctica però lògicament això no vol dir que ho hakis de fer sempre, especialment si algú t'està explicant un problema o una preocupació.
- ◆ **Contacte visual:** Si mires la persona als ulls causaràs la impressió de confiança i demostraràs que l'estàs escoltant i que estàs interessada en la conversa. Ara bé, vés amb compte de no mirar la persona massa fixament, ja que podries intimidar-la, especialment quan ets tu qui parla.
- ◆ **Afirma amb el cap:** Quan és l'altre qui parla, pots reforçar aquesta postura d'escolta afirmant suaument amb el cap, d'aquesta manera reforces encara més la imatge que estàs escoltant atentament el que l'altre et diu. A més, per l'efecte mirall, és més probable que l'altre també afirmi amb el cap quan siguis tu qui parla. Aquest lleu moviment també ajuda no tan sols a transmetre que estàs escoltant, també ajuda realment a prestar més atenció al que diu l'altre.
- ◆ **Quiet!:** Moure nerviosament els peus, jugar amb un bolígraf, tocar-nos constantment els cabells, fregar-nos les mans, són moviments que donen sensació de nerviosisme o com a mínim de poc interès en el tema de la conversa. Intenta que els teus moviments siguin suaus i en harmonia amb una actitud tranquil·la i confiada (però sense mostrar arrogància o passivitat).



- ◆ **Mantingues un llenguatge corporal obert:** Encreuar-se de braços, amagar les mans a les butxaques o fins i tot tapar-se parts de la cara amb les mans demostra que vols protegir-te o com a mínim que estàs en desacord amb el que diu l'altra persona. Intenta mantenir les mans relaxades al costat del cos, sobre la falda o damunt la taula. Quan parlis obre les palmes de les mans cap als teus interlocutors, inclina't cap endavant per mostrar interès i recolza la mà al pit per mostrar sinceritat en les teves paraules.



### 4.3. La veu

El to de veu, la seva entonació i la seva modulació poden tant aplacar les ires de qualsevol persona com fer-les créixer (un mateix missatge dit amb segons quina entonació pot apropar els interlocutors o, pel contrari, allunyar-los). De vegades fins i tot és més important com es diu un missatge que no pas la informació que conté.

Per exemple, si davant d'un rumor que escoltem fem una pregunta: «I com ho saps, tot això?» Aquesta mateixa pregunta pot tenir significats completa-

ment diferents en funció de l'entonació que li donem. Podem fer una entonació d'interès sincer, en la qual el nostre to de veu no dóna a entendre que ja sabem la resposta, sinó que li fem una veritable pregunta a la persona. Així l'interlocutor ha d'esforçar-se a donar-nos una resposta. Per contra, podem fer la mateixa pregunta però en un to sarcàstic o irònic, i donem a entendre que realment no esperem una resposta sinó que la mateixa pregunta està acusant la persona de creure's i difondre rumors.

També haurem de parar atenció al volum i a la velocitat amb què parlem ja que pot afectar la capacitat de comprensió de la persona amb la qual dialoguem. Per exemple, una persona que parla massa de pressa pot perdre l'atenció del seu interlocutor. Però també si parlem massa a poc a poc podem perdre el seu interès.



El to de veu, o més exactament el volum amb el qual es parla, acostuma a associar-se a l'estat d'ànim de la persona. Ara bé, de nou hem de ser cautelosos amb aquest tipus d'interpretacions. Què vol dir quan una persona parla en un to de veu elevat? I suau? Molts europeus del nord que no entenen el castellà pensen que els espanyols estan constantment discutint. Per contra, molts ciutadans de països del nord tendeixen a pensar que els euro-

peus del nord no tenen sentiments. Òbviament ni els espanyols estan sempre discutint, ni els europeus del nord són insensibles, el que passa és que atribuïm significats diferents al to de veu, un significat que ve donat culturalment (Qureshi, 2009).

## 4.4. El llenguatge que fem servir

Fer servir una entonació correcta, un llenguatge corporal obert, l'empatia, el respecte i la sinceritat són tècniques comunicatives que ens poden ajudar perquè el nostre missatge sigui més ben rebut per la persona amb la qual parlem. Però hi ha un altre aspecte que sens dubte és fonamental: cal parlar el mateix llenguatge. I no volem dir que un parli català i l'altre castellà, anglès o swahili. Parlem de fer servir un llenguatge amb termes i expressions similars.

El nostre consell en aquest sentit és defugir el llenguatge políticament correcte, ple de tecnicismes i paraules ben sonants que acostumen a fer-se servir en contextos més acadèmics. Quan escoltem el nostre interlocutor intentem estar atents a les expressions i paraules que fa servir per,

d'aquesta manera, amb un llenguatge proper, aproximar-nos millor als seus punts de vista.



Les conceptualitzacions, teories i estadístiques ens serveixen per comprendre amb profunditat el fenomen de la immigració, ara bé, no té gaire sentit fer-les servir si la persona amb la qual parlem

no ens parla en els mateixos termes. Si ella ens parla de persones i nosaltres parlem de demografia difícilment aconseguirem fer-nos entendre.

A més, podem donar una sensació de superioritat que pot arribar a ofendre l'altra persona. Això no vol dir que haguem de caure en paraules malsonants o ofensives, però sí el més properes possible.

#### Exemple:

**Ciudadà:** Acabo d'arribar del metge i estic completament al·lucinat. La sala d'espera era plena d'immigrants. Fins i tot hi havia un d'aquests que porta un turbant al cap! He estat esperant una hora perquè m'atenguessin i és que no m'estranya, amb tots els que vénen a operar-se aquí!

**Agent antirumor:** Senyor, pensi que l'arribada de població estrangera està ajudant a rejuvenir la població catalana. Es calcula que en el 2020 Espanya tindrà la població més envellida del món, només per sota del Japó. Les famílies que venen fan augmentar la natalitat i, en definitiva, augmentar les cohorts més joves i, per tant, incrementar el nombre de població activa. Les aportacions que puguin fer a les arques de la Seguretat Social són superiors a la despesa que poden reportar al sistema sanitari. A més, la Declaració dels Drets Humans reconeix el dret a l'assistència sanitària a tothom, independentment de la seva nacionalitat. Ah, i «el del turbant», com diu vostè, segurament era un sikh.

Després de llegir aquest exemple, què creus que pensarà la persona amb la qual parlem? Creus que ens haurà escoltat fins al final? Tot i que hagi entès perfectament el que li hem pogut dir, és més probable que estigui pensant que som una mica pedants, no?

Tornem a posar el mateix exemple però ara fent servir un llenguatge més proper i similar al de la persona amb la qual parlem:

**Agent antirumor:** Sí, la veritat és que és un pal quan has d'esperar-te una hora a la cua del metge. Però per a tu i per al del turbant! No et pensis! Ell també podria tenir pressa per anar a treballar, no?

És probable que cap de les dues respostes el convenci sobre el que diu, però quina creus que el pot fer reflexionar més? Amb quina resposta aconseguirem, com a mínim, que ens escolti?

## 4.5. Estratègies de resposta

Fins ara hem estat parlant de com escoltar la persona per després parlar nosaltres d'una manera respectuosa, propera, dialogant... En aquest apartat abordarem algunes estratègies de resposta que podem fer servir. No obstant això, com ja hem dit en altres ocasions, no existeix l'argument perfecte. En tot cas es tracta de buscar el millor argument que pot arribar a la persona i amb el qual ens sentim millor nosaltres.

Cal insistir també que no hi ha receptes màgiques. Canviar formes de pensar i sentir tan arrelades com ho acostumen a ser els



prejudicis no es fa en una simple conversa. Ens hem de proposar una fita més assolible i realista: despertar una determinada capacitat crítica vers els rumors i estereotips, sembrar un dubte, crear espais de reflexió.

D'altra banda, cal posar també de relleu que les estratègies que aportarem tot seguit no són excloents. Quan establim una conversa amb una altra persona hem de tenir present que no tan sols respondrem al rumor que pugui manifestar i aquí s'acabarà la conversa. És molt probable que la persona aportï contraargumentacions que allarguin el diàleg i que segurament siguin raonades, fins i tot convincents. D'aquí que haguem de fer servir diverses rèpliques, amb arguments diferents al llarg de tota la conversa.



- ◆ **La pregunta com a eina principal.** La pregunta és una forma de manifestar interès pel que diu el nostre interlocutor i ajudar-nos a entendre amb més claredat quin és el seu argument o problemàtica. A més, ens ajuda a mantenir l'interès del nostre interlocutor, perquè l'obliguem a prestar atenció a la conversa. A més, si el que volem és sembrar el dubte, pot ser molt més efectiu que sigui la mateixa persona la que arribi a la conclusió

que volem transmetre que no pas dir-l'hi nosaltres directament. Ara bé, com a eina de reflexió, hem de ser cauts perquè l'entonació sigui la correcta. És molt fàcil caure en el sarcasme quan formulem una pregunta de la qual pensem que ja sabem la resposta. Si preguntem sarcàsticament, la persona pot sentir-se ofesa i radicalitzar el seu discurs o posar-se a la defensiva. Així, podem preguntar a la persona si està segura del que ens està explicant i com ho ha sabut, sense que se senti acusada o discriminada:

Sí? I la persona que li ha dit això, com ho sap? Com se n'ha assabentat?

- ◆ **Convidar a la curiositat i a comprovar les pressuposicions.** Davant d'un dubte, és important incentivar que la persona intenti conèixer la realitat de primera mà, i recalcar la possibilitat d'informar-se directament amb les fonts oficials i no deixant-se portar per tot allò que pugui sentir al seu voltant. És més efectiu això que dir-li nosaltres directament com són les coses, no? Per què ens ha de creure a nosaltres més que a la persona que li ha explicat el rumor?

**Agent antirumor:** Vostè sap com funciona el sistema que dona les ajudes públiques o les beques de menjador? Ha comprovat si hi ha una clàusula que beneficia els estrangers? Pel que jo sé, això es pot preguntar a l'Ajuntament. Per què no hi va i ho pregunta? Potser el sorprendran. S'escolten tantes coses que un ja no sap què s'ha de creure, és millor comprovar-ho un mateix, no?

De la mateixa manera que convidem a consultar les fonts oficials i públiques també podem convidar a experimentar i provar abans de fer segons

quines afirmacions. Especialment pel que fa a temes com ara la convivència, ja que moltes vegades s'acusa els estrangers de no voler integrar-se sense que l'esforç sigui bidireccional.

**Veí:** Amb aquesta gent del quart primera, els dominicans o cubans o el que sigui, no es pot ni viure. Ahir van tenir la música posada fins a les onze de la nit!

**Agent antirumor:** Ha provat de parlar-hi?

**Veí:** Però si amb aquesta gent no es pot parlar.

**Agent antirumor:** Si no ho prova no ho sabrà mai. Què pot perdre-hi? Potser no saben que l'estan molestant. Si vol l'hi acompanyo.

*Mirar de prop vol dir acostar-nos a mirar amb l'única pretensió de veure el que tenim davant dels ulls. Sense esperar-ne res, sense haver decidit per endavant què pensem, què sentim, com jutgem la realitat que se'ns mostra. (Campanya de Creu Roja «Aprèn a mirar de prop»)*

- ◆ **Buscar vincles comuns.** Cal reforçar els arguments que posin èmfasi en allò que comparteix el conjunt de la població. No hem de negar la diferència però sí que aquesta es doni només per factors culturals. Tots som diferents i alhora molt iguals. Les inquietuds, expectatives, preocupacions o somnis de l'esser humà acostumen a ser força semblants, malgrat que parlem idiomes diferents. Els nostres arguments poden servir per buscar vincles en comú i intentar sobrepassar la diferència sociocultural, és a dir, buscar un grau d'identificació comuna com a pares i mares, treballadors/ores o aficionats al Barça o al Madrid.



*(En finalitzar el curs escolar, les mares i pares d'una escola bressol decideixen fer un regal a la mestra. A la sortida de l'escola dues mares xerren sobre el tema.)*

**Agent antirumor:** Què, ja ha pagat tothom per al regal de la mestra?

**Mare:** Sí, sí, ja ha pagat tothom. Bé tothom menys la mare de la nena pakistanesa.

**Agent antirumor:** Ah! I per què no ha pagat?

**Mare:** Perquè no l'hi hem dit.

**Agent antirumor:** I per què no l'hi heu dit?

**Mare:** Doncs perquè no ens entendreà. I a més, segur que no voldrà pagar.

**Agent antirumor:** Dona, la seva filla va a la mateixa classe que les nostres. Imagina't com et sentiries tu si la resta de mares fem un regal a la mestra i ningú no te'n diu res!

Hem de tenir present que moltes de les persones amb les quals podem parlar poden haver viscut experiències migratòries en primera persona. Una bona manera de buscar l'empatia i ressaltar els punts en comú pot ser convidar la persona que recordi la seva experiència, fer paral·lelismes amb formes de fer però sobretot amb sentiments que es van experimentar.

**Home** (d'uns setanta anys i amb un marcat accent andalús): Mare meva, quanta gent al carrer. És que el barri ja no és el que era, està ple d'immigrants i tots al mig del carrer. És que no es pot anar a prendre el sol tranquil.

**Agent antirumor:** Vostè és andalús, no? La meva mare també. I quan va venir a viure aquí?

**Home:** Dons ja fa gairebé quaranta anys.

**Agent antirumor:** I sempre ha viscut aquí, al barri?

**Home:** Sí, només venir vaig comprar un piset. 25.000 pessetes em va costar. Sembla poc però ja em va costar pagar-lo!

**Agent antirumor:** Sí, aquí al barri hi ha molta gent d'Andalusia, i de Múrcia i d'Extremadura... Segur que molta gent catalana es queixa de la quantitat d'immigrants que hi havia en aquell moment, no?

**Home:** Sí, *la Triana*, en deien.

**Agent antirumor:** I com el feien sentir aquest tipus de comentaris?

**Home:** Doncs no gaire bé, la veritat. Però nosaltres veníem a treballar, no a robar.

**Agent antirumor:** I la gent que ve ara, no creu que també vénen a treballar? De fet, molts d'ells estant tornant a marxar a altres països a buscar feina.

**Home:** Sí, a buscar-se la vida.

**Agent antirumor:** Com tothom, a buscar-se la vida.

Hem de ser conscients que, després d'una conversa com la que acabem d'explicitar, no és esperable que la persona ens doni la raó obertament. No obstant això, és possible que ara pugui sentir-se un pèl més proper a les persones de les quals parlava i potser aconseguim que després de marxar rumii una mica més sobre la nostra argumentació.

◆ **Prioritzar els missatges positius enfront dels missatges «no-negatius».**

Per exemple, no tan sols debatre que immigració no és sinònim de delinqüència, sinó remarcar tot allò que posi en relleu els beneficis, econòmics i socials, que les i els immigrants aporten a la nostra societat. Això és important perquè, en general, hi ha una escassa visibilitat d'exemples reeixits de persones immigrants o dels beneficis de la immigració. En la majoria dels casos, quan parlem d'immigració ho fem pensant en les persones que més dificultats tenen, que moltes vegades són les que acaben d'arribar o porten poc temps o estan en situació irregular.

**Usuària del CAP:** Ui, nena, pots creure't que quan he obert la porta de la consulta m'ha atès un negre de gairebé dos metres? Crec que era el metge, però no sé si refiar-me de la recepta que m'ha donat.

**Agent antirumor:** Sí, encara sort que estan venint metges d'altre països si no sé que faríem! Als CAP els costa molt trobar personal qualificat. I què, l'ha atès bé?

**Usuària:** Sí, bé, com tots. M'ha despatxat en dos minuts!

**Agent antirumor:** I què, la Blanca, com li va amb ella? (Ens referim a la dona que la cuida i que és d'origen colombià.)

**Usuària:** Doncs molt bé. És molt carinyosa.

**Agent antirumor:** També li va costar a vostè trobar algú que l'ajudés a casa, no?

El rumor que afirma que els comerços regentats per persones estrangeres no paguen impostos és un dels més estesos. Com a estratègia de resposta podem qüestionar la font de la informació i convidar la persona que fins i tot parli amb un comerciant estranger per corroborar la seva afirmació. Però també podem utilitzar com a estratègia complementària l'evidència sobre els beneficis que també obtenim d'aquest tipus de comerç. Arguments que es fan servir poc sovint:

**Agent antirumor:** Que saps on puc anar a comprar una mica de pa a aquestes hores?

**Joan:** Sí dona, al *paki* d'aquí al costat. Segur que estan oberts, aquesta gent no tanca ni per dinar! Més d'una vegada he estat per trucar a la policia, però segur que no faran res. Si ja ni els fan pagar impostos!

**Agent antirumor:** Doncs sort que estan oberts per a aquest tipus d'imprevistos, no? A tu no t'ha anat bé alguna vegada trobar oberta una botiga a aquestes hores?

**Joan:** No et preocupis que d'aquí a poc estarà tot obert, ja estan comprant fins i tot els bars del barri.

**Agent antirumor:** Sí, si no fos perquè els estan comprant ja no tindríem ni un sol bar obert al barri per anar a prendre una cervesa.

- ◆ **Qüestionar les generalitzacions i les exageracions.** Cal transmetre el missatge que tots nosaltres tenim unes circumstàncies o uns trets personals que ens fan únics. No podem pressuposar que algú es comportarà d'una determinada manera pel fet de pertànyer a un determinat origen. Així podem posar en evidència com són de ridícules algunes exageracions.

**Veí:** Has vist que han vingut nous inquilins al bloc? I també són marroquins, com els anteriors. Ja veuràs com tornarem a tenir els mateixos problemes. És que aquesta gent és molt bruta i no se'ls pot demanar que netegin l'escala. No saben viure en comunitat, segur que ni paguen la quota de l'escala.

**Agent antirumor:** Sí, la veritat és que l'altra família ens va donar molts problemes a tots. Però hi ha pogut parlar, amb aquests? No han de ser iguals.

**Veí:** Que no? Home, si són del Marroc segur que vivien al seu país apinyats en una casa vella de poble. Com vols que els fem entendre que han de netejar l'escala i pagar la comunitat?

**Agent antirumor:** Ah! Llavors ha parlat amb ells? (No, no...) I com sap llavors d'on vénen, com vivien, i si netejaran o no l'escala? Els del quart també són del Marroc i mai no hi hem tingut cap problema.

Finalment cal mencionar que les converses també arriben al seu final i que aquest és igual d'important que el principi. Si ets tu el que ha de marxar, intenta ser el més cortès i sincer possible, explicant en la mesura del que puguis les raons per les que has de marxar o acabar aquella conversa. Però també estigues atent si és l'altra persona la que ha de marxar. Si la persona recorre amb la mirada altres espais de la sala o simplement s'instal·la el silenci és el moment de finalitzar. Facis el que facis intenta no ser una d'aquelles persones que continua de manera indefinida una conversa. Si realment vols continuar, pregunta-li si us podeu veure en un altre moment per enraonar sobre el tema.

## 4.6. Consideracions addicionals que cal tenir en compte per als diferents espais de sensibilització

Totes les tècniques que hem explicat fins al moment poden aplicar-se en qual-sevol espai de sensibilització cara a cara que ens imaginem. Ara bé, és probable que algunes de les persones que llegiu aquest manual us trobeu en situacions en les quals no tractem de sensibilitzar un amic, familiar o company de feina. Ens referim a aquelles situacions on és un usuari —d'una entitat, servei públic o equipament— el que expressa un rumor, ja sigui en forma de queixa o simplement com un comentari més. En aquests casos també tenim la responsabilitat d'intentar contrarestar aquestes falses concepcions. De fet, molts dels exemples que hem pogut veure denoten una certa desconfiança cap al funcionament dels serveis públics o de les entitats que ofereixen serveis als ciutadans. Se suposa que hi ha poca transparència en la gestió d'aquest tipus de serveis i que es dóna un tracte de favor, oferint-los ajudes o condicions generals, als estrangers. A més, molts dels tòpics posen en dubte, en certa mesura, la professionalitat de qui hi treballa, ja que es considera que constantment es deixen ensarronar. Es considera que els professionals són més permissius, posen menys traves burocràtiques i fan un tracte d'excepció en els criteris d'adjudicació d'ajuts.

D'altra banda, en els rumors que acusen els immigrants de fer un ús excessiu dels serveis públics, trobem implícita una certa estratificació entre ciutadans de primera i ciutadans de segona en funció de la seva nacionalitat o procedència. Com si el fet, no tan sols d'haver nascut aquí, sinó de ser fill o filla d'espanyol i espanyola donés un dret especial per sobre dels altres.

D'una banda, el professional que atén un usuari té la responsabilitat d'intentar rebatre aquestes afirmacions. Amb les tècniques que hem estat

explicant, però, en aquest cas, respectant la distància professional. Un excés de confiança, un tracte més propi d'un amic que d'un usuari, pot fer pensar a l'altra persona que l'interès és obtenir alguna cosa i crear desconfiança a l'entorn del que li expliquem.

De l'altra, com a professionals no podem menysprear les queixes d'un usuari, primer perquè darrere d'una queixa es pot amagar una necessitat real. Si aquest és el cas, com a professionals hem de derivar la persona al servei que pot atendre millor la seva demanda, i assegurar-li que el tracte que rebrà per part d'altres professionals no tindrà en compte en cap moment la seva nacionalitat. Ser o no estranger no és un criteri vàlid per rebre un ajut o servei.

A més, hem d'intentar desplegar una actitud positiva davant les queixes que els usuaris ens puguin manifestar. Si mostrem una predisposició per escoltar la queixa i intentar donar una resposta assertiva ens serà més fàcil reconduir la conversa sense exaltar-nos. Una queixa es pot veure com una oportunitat per intentar esbrinar quina imatge té el nostre servei entre la ciutadania i fins i tot fer les accions que creguem convenientes per millorar-lo.

Finalment, cal esmentar **la responsabilitat que com a professionals tenim en la difusió o no dels rumors**. Mantenir-se callat davant d'un comentari fals i no desmentir-lo pot donar a entendre que hi estem d'acord i fer que el legitimem encara més.

# 5. Ser conscients de les nostres fortaleses i debilitats. L'autoavaluació





Tota habilitat requereix un entrenament. Només la lectura de la guia no és suficient per esdevenir un «agent antirumor eficaç». La pràctica i l'experiència ens ajudaran a perfeccionar les nostres tècniques i arguments, i arribar a desenvolupar el nostre estil personal, el que més ens funciona i és més coherent amb la nostra manera de ser i amb el nostre entorn habitual. Cal no desanimar-se si les primeres vegades la nostra autoavaluació és negativa, i ens ha de servir per millorar, per posar en evidència i perfeccionar les nostres febleses i valorar i potenciar les nostres forteses.

Algunes interaccions sortiran malament perquè hem de millorar la nostra tècnica, però altres sortiran malament perquè ens hem topat amb una persona especialment difícil de moure en les seves maneres de pensar i reflexionar. No ens desanimem!

El qüestionari que presentem a continuació és una proposta per sistematitzar la nostra autoavaluació. El podem emplenar nosaltres mateixos. Si hi ha hagut una altra persona de confiança que ha presenciat la conversa, també li podem demanar que l'empleni per nosaltres i així podrem avaluar com ens han vist des de fora. Fins i tot podem comparar la nostra avaluació amb la que ens faci una altra persona per comprovar el nostre grau de consciència respecte als nostres punts forts i febles. És possible que siguem massa crítics amb nosaltres mateixos o que no siguem conscients de les nostres debilitats. Aquest exercici de comparació ens pot resultar molt útil.

Finalment, hem de ser conscients que es tracta d'una autoavaluació i per tant un exercici d'autoconeixement: és important ser tan honestos i objectius com puguem en les nostres respostes.

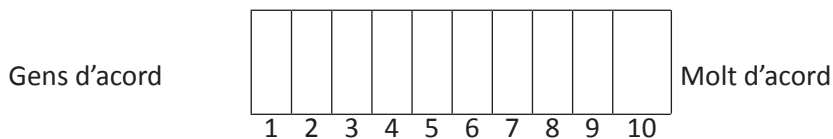
## La meva actuació com a agent antirumor

Aquest primer bloc de preguntes pot ser respost tant pels agents antirumor que formen part de la Xarxa BCN Antirumors, com per les persones que, sense conèixer o estar vinculades a aquesta xarxa, s'han trobat en situacions recents en les quals han intentat rebatre un estereotip, prejudici o rumor mitjançant el diàleg cara a cara amb persones del seu entorn.

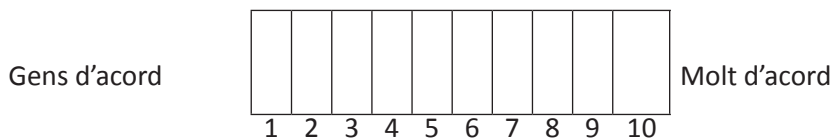
Pensa en una d'aquestes converses en les quals has exercit, conscientment o inconscientment, d'agent antirumor, i contesta les preguntes valorant de l'1 al 10 el teu grau d'acord amb les afirmacions (1 és totalment en desacord i 10 totalment d'acord). Aquelles puntuacions per sota del 4 ens indiquen segurament punts febles que hem de treballar. Les puntuacions per sobre del 7 són les habilitats que millor hem dominat en aquella interacció i que segurament reflecteixen els nostres punts forts. Es tracta únicament d'una orientació. Lògicament s'han de contextualitzar els resultats en cada situació: per exemple, podem valorar que el lloc no era l'adequat però considerar que era l'únic possible.

Prova de fer l'exercici diversos cops, pensant en experiències de converses diferents que has tingut —és important que les puguis recordar detalladament. Compara els resultats i avalua si hi ha aspectes que de manera recurrent emergeixen com a punts febles. Si aquest és el cas, fes una reflexió final sobre quines estratègies et poden ajudar a millorar aquests punts febles.

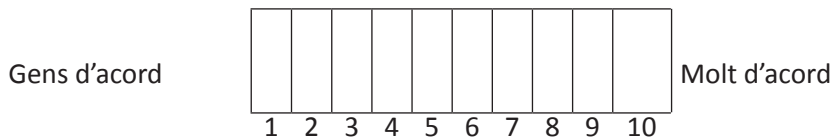
1. La meua actitud davant la interacció ha estat correcta. M'he pres la conversa com una oportunitat per millorar les meves habilitats comunicatives i no com una situació incòmoda o un «marró» pel qual he de passar.



2. He escoltat amb atenció i he entès el raonament de l'altra persona. Fins i tot podria reproduir-ne textualment part del discurs.



3. No he interromput o parlat per sobre de l'altra persona mentre parlava.



4. He fet servir tècniques com ara parafrasejar o fer preguntes per entendre millor el raonament de l'altra persona i mantenir la seva atenció.

Gens d'acord

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Molt d'acord

5. He mostrat al meu interlocutor que valoro la seva experiència i no la jutjo (ni la seva experiència ni a ell com a persona).

Gens d'acord

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Molt d'acord

6. El moment en el qual s'ha donat la conversa era idoni.

Gens d'acord

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Molt d'acord

7. El lloc on s'ha donat la conversa era adequat.

Gens d'acord

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Molt d'acord

8. En el cas de que hi hagués més persones presents durant la conversa, aquestes no han interferit negativament en el diàleg.

Gens d'acord

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Molt d'acord

9. M'he sentit còmode i relaxat durant la conversa. Fins i tot l'he gaudit.

Gens d'acord

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Molt d'acord

10. He aconseguit dominar les meves emocions i donar una resposta serena. No he reaccionat emotivament ni acaloradament.

Gens d'acord

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Molt d'acord

11. He pres consciència del meu llenguatge corporal i l'he dominat. Recordo quina postura corporal he adoptat i penso que ha estat la correcta.

Gens d'acord

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Molt d'acord

12. He mantingut el contacte visual.

Gens d'acord

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Molt d'acord

13. He somrigut quan la situació ho demanava.

Gens d'acord

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Molt d'acord

14. He mostrar un llenguatge corporal que transmetia a l'interlocutor que l'estava escoltant (afirmacions amb el cap, moviments relaxats i no tics nerviosos...).

Gens d'acord

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Molt d'acord

15. He mantingut un llenguatge corporal obert i dialogant (cos inclinat cap endavant, mans obertes, mà al pit per demostrar sinceritat...).

Gens d'acord

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Molt d'acord

16. El meu to de veu ha estat l'adequat (relaxat, sense ironies, mostrant veritable interès...).

Gens d'acord

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Molt d'acord

17. He fet servir un llenguatge i un vocabulari similar al de l'altra persona per tal de facilitar l'enteniment, i he fet servir conceptes concrets i ben il·lustratius.

Gens d'acord

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Molt d'acord

18. L'argument de resposta ha estat adequat i convincent.

Gens d'acord

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Molt d'acord



19. He fet reflexionar l'altra persona sobre les seves presumpcions i fins i tot li he fet replantejar-se alguns raonaments.

Gens d'acord

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Molt d'acord

20. La conversa ha servit per apropar-me a aquella persona, i generar una relació de més confiança i respecte. Si ens tornem a trobar crec que ens n'alegrarem mútuament:

Gens d'acord

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Molt d'acord

21. Crec sincerament que la conversa mantinguda m'ha permès aprendre alguna cosa nova o pensar en coses en les que mai no havia pensat.

Gens d'acord

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Molt d'acord

**Notes de l'autoavaluació: La meva actuació com a agent antirumor.**

- Quins són els meus punts forts més recurrents?

---

---

---

- Quins són els meus punts febles més recurrents?

---

---

---

- Què faré per millorar els meus punts febles?

---

---

---

## Ser un agent antirumor

El segon bloc de preguntes que et proposem està pensat per fer-te reflexionar sobre el teu grau d'adhesió i identificació amb la figura de l'agent antirumor. És important reflexionar i arribar a conclusions sinceres sobre el teu grau de motivació per esdevenir un agent antirumor i fer l'esforç de millora contínua que això requereix.

Lògicament, no hi ha respostes correctes ni incorrectes. Es tracta d'explorar en profunditat el que ens impulsa i el que ens frena a l'hora de desenvolupar el nostre rol actiu com a agent antirumor. Interrogar-nos sobre si estem plenament convençuts que la nostra tasca val la pena, que ens aportarà una experiència enriquidora i, sobretot, que gaudirem fent-la. Tan sols des d'aquest convenciment podrem trobar la motivació que ens permetrà desenvolupar i millorar constantment les nostres habilitats com a agents antirumors.

1. L'apartat 3 d'aquesta guia ens convidava a prendre consciència sobre els nostres propis prejudicis cap a col·lectius o grups de persones sobre les qual sovint no tenim gaire coneixement directe. Sovint les nostres opinions i les nostres pressuposicions sobre aquests col·lectius es basen en el que hem sentit als mitjans de comunicació, o en les opinions que ens ha transmès la nostra família o el nostre grup d'amics.

Pensa ara en algun d'aquests col·lectius sobre els quals pots tenir prejudicis més arrelats i recorda alguna situació en la qual algú ha intentat rebatre o contradir les teves opinions al respecte, i t'ha aportat informació o consideracions diferents.

- *Quina actitud vas adoptar en aquesta situació? Et vas posar a la defensiva o vas intentar escoltar el que aquella persona intentava dir, obert a la possibilitat de poder extreure'n algun aprenentatge nou? Creus que vas poder fer un diàleg constructiu o el teu objectiu va ser únicament desqualificar o desmuntar els arguments de l'altre per poder continuar defensant la teva opinió inicial?*
- 2. Ser un agent antirumor requereix posar en pràctica i desenvolupar una sèrie d'habilitats comunicatives. Cadascú partirà d'un grau de desenvolupament d'aquestes habilitats diferent. Unes persones poden resultar especialment eloqüents i segures a l'hora de parlar i dialogar amb els altres, mentre que unes altres poden sentir-se més insegures davant d'aquestes situacions o tenir més dificultats a l'hora d'improvisar un argument convincent.

Però a més de les habilitats comunicatives, hi ha un altre element imprescindible per esdevenir un agent antirumor, que és la voluntat d'exercir conscientment aquest rol. Per moltes facilitats comunicatives que tinguem, si no estem motivats per adquirir un compromís actiu de diàleg amb les persones que difonen rumors o prejudicis negatius, difícilment podrem tenir cap impacte a l'hora de desarticular o frenar aquestes concepcions.

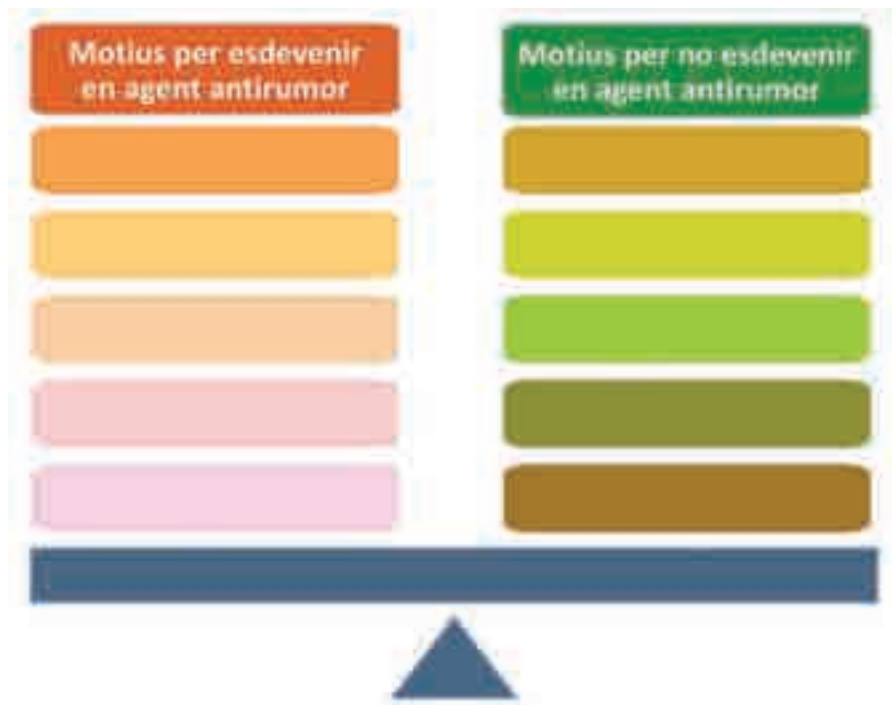
Les habilitats comunicatives es poden millorar amb l'entrenament. No és tan important el nivell del qual partim com la perseverança per millorar-les de mica en mica. La voluntat o motivació per ser un agent antirumor depèn, en canvi, de les nostres conviccions i segurament del nivell d'im-

plicació que tenim en determinades causes socials. Aquestes poden evolucionar amb el temps però sobretot depenen de la coherència interna entre el que pensem, el que fem i el que desitgem.

- En l'eix de coordenades següent, l'eix horitzontal reflecteix el grau de desenvolupament de les habilitats comunicatives i l'eix vertical el grau d'adhesió amb la «causa» dels agents antirumor. En quin quadrant d'aquest eix de coordenades et situaries actualment? Què et fa plantejar-te aquesta ubicació?



3. Pensa en cinc raons o motius que t'impulsen o et podrien impulsar a esdevenir un agent actiu antirumors i anota'ls a la part esquerra de la balança. Pensa ara en cinc raons o motius que et frenen o inhibeixen per exercir d'agent antirumor i anota'ls a la part dreta de la balança. Si aquesta balança fos real, cap a quin costat creus que es decantaria?



4. Si revises la teva experiència com agent antirumor, recomanaries a alguna persona del teu entorn (amic, familiar...) sumar-se a aquesta causa i esdevenir també un agent antirumor? Per què sí, o per què no?
5. Finalment, volem recollir els teus suggeriments i propostes a la Xarxa BCN Antirumors de Barcelona:
  - Com creus que la Xarxa podria donar suport a la tasca dels agent antirumor i impulsar-la?
  - De les activitats que fa la Xarxa, quines et semblen més interessants i quines, en canvi, trobes a faltar o creus que no estan funcionant prou bé?

\*Pots enviar les teves respostes a aquesta darrera pregunta a l'adreça electrònica de la Xarxa Antirumors: [antirumors@bcn.cat](mailto:antirumors@bcn.cat)

## 6. Un pas més enllà: les dimensions de l'agent antitumor





**Com ja comentàvem a l'inici de la guia**, l'agent antirumor és una peça clau de l'Estratègia BCN Antirumors i la Xarxa BCN Antirumors, impulsades des del Pla Barcelona Interculturalitat (aprovat el març del 2010). Com a figura de creació recent, es va construir cada dia amb noves funcions i accions per fer.

Les habilitats i eines que desenvolupem en aquestes pàgines només fan referència al desplegament d'una de les quatre dimensions que s'han definit fins ara per a l'agent antirumor: la sensibilització que es pot fer amb la ciutadania en el diàleg interpersonal. Ara bé, hi ha **tres àmbits d'acció més en funció dels interlocutors i destinataris de les accions dutes a terme**. En aquest apartat explicarem amb més detall quins objectius específics persegueix cada dimensió i quines accions es poden desenvolupar des d'un doble vessant: una feina més interna d'enfortiment del treball en xarxa i de l'estratègia, i una de més externa d'accions orientades al conjunt de la ciutadania.



Cadascuna d'aquestes dimensions no corresponen a un àmbit d'acció aïllat, sinó que, pel contrari, es troben interrelacionades.

Per tant, l'agent antirumor, a més d'adquirir aquest compromís de sensibilització cara a cara, en el dia a dia, ha d'anar un pas més enllà. És sumant esforços i **treballant des de diferents nivells** que la tasca sensibilitzadora pot adquirir un **impacte** més gran. La nostra acció, doncs, s'insereix dins d'una estratègia **global**, en aquest cas l'Estratègia Barcelona antirumors, que té com a principal context de treball la Xarxa BCN Antirumors.

### *La dimensió com a membre d'una entitat/organisme*

La gran majoria de les persones que formen part de la Xarxa són membres d'entitats de la ciutat de Barcelona; entitats de caire molt divers com ara culturals, veïnals, educatives, esportives o d'acció social. En aquest àmbit d'acció, l'agent antirumor té un rol crucial, que és l'acció sensibilitzadora dins de la mateixa entitat. Així, la seva funció i objectiu principal és vincular la seva entitat al projecte. En definitiva, apropar, sensibilitzar i impulsar una feina antirumor integral a la seva pròpia entitat convertint-la en un eix estratègic de la seva acció. En ocasions, aquesta pot ser una tasca senzilla, ja que l'entitat ja està força conscienciada o, fins i tot, ja ha endegat abans accions en aquesta línia. En altres ocasions, pot requerir d'un esforç més gran de conscienciació, bé perquè no és un tema prioritari per a l'entitat, bé perquè simplement no tenen clar quin paper poden tenir en aquesta lluita.

Més enllà de la dificultat, aquest àmbit d'acció comporta un doble vessant:

- ◆ **Vessant intern:** l'agent pot fomentar la vinculació de l'entitat a la tasca antirumors a través de diferents accions. Per exemple, promoure debats en el si de l'entitat a l'entorn de la diversitat cultural i el seu posiciona-

ment i treball al respecte (els reptes i les oportunitats que suposa, què significa la convivència intercultural, la rumorologia que hi ha al voltant de la diversitat, etcètera). També caldrà que l'estructura organitzativa i les persones que són membres de l'entitat coneguin els materials que hi ha disponibles, tinguin informació actualitzada i, si és possible, tinguin l'oportunitat de rebre formació per al tractament de rumors i estereotips sobre diversitat cultural.

- ◆ **Vessant extern:** l'entitat pot desenvolupar un treball extern en el qual és clau dur a terme projectes i accions concretes que s'encaminin a la *sensibilització del conjunt de la ciutadania*. En aquest sentit es destaca la importància que té el coneixement que pot tenir l'entitat de les necessitats i característiques particulars del barri on desenvolupa la seva acció. Això permet un aprofitament i una adaptació millors dels recursos i materials a la seva realitat.



I com a emissor comunicatiu, no pot desaproveitar les seves pròpies eines i mitjans de comunicació per informar i sensibilitzar (web, butlletí, bustiades, Facebook, etcètera).

### ***Els mitjans de comunicació***

Un altre àmbit d'acció en el qual l'agent antirumor també exerceix una tasca sensibilitzadora i de recerca d'aliances és la dimensió orientada cap a l'acció en els mitjans de comunicació (televisió, ràdio, premsa, revistes, etcètera).

L'impacte que els mitjans de comunicació tenen tant en la difusió com en el desmantellament dels rumors fa que sigui necessari desenvolupar una dimensió de l'agent antirumor en aquesta direcció però des d'un doble vessant:

- ◆ **Vessant intern:** en el cas de la Xarxa BCN Antirumors, l'agent pot col·laborar en la construcció i ús de la web [www.bcnantirumors.cat](http://www.bcnantirumors.cat), ja que és la web el principal canal de difusió de l'estratègia antirumors i els seus missatges. Els agents han de ser actius proposant nous recursos i fent-ne difusió entre els membres de la pròpia entitat, altres entitats i la ciutadania en general.
- ◆ **Vessant extern:** cal fer accions per fomentar la col·laboració dels mitjans de comunicació (locals, generalistes i d'origen immigrant). Així, es poden proposar articles, entrevistes i continguts que posin en dubte els rumors existents i que ofereixin una visió positiva de la diversitat cultural que hi ha a la nostra ciutat.



### ***La dimensió o àmbit d'acció en xarxa***

Finalment, la tercera dimensió està directament relacionada amb la intenció de propiciar un autèntic treball en xarxa. Com dèiem al principi, les accions dutes a terme —en la sensibilització cara a cara, com a membre d'una entitat o cap als mitjans de comunicació— no s'han d'entendre com a accions aïllades, sinó que formen part d'una estratègia més global en la qual el treball en xarxa és una fita però també una manera de treballar. Així, tot i que es

tracta d'un àmbit d'acció més, aquest s'ha d'entendre com una finalitat en si mateixa, atès que el treball en xarxa és el que, en definitiva, dóna solidesa, força i legitimitat a l'acció que es desenvolupa. Propiciar i enfortir el treball en xarxa permetrà comptar amb una base associativa capaç d'implicar-se, comprometre's i mobilitzar-se pels objectius que cal assolir.

L'experiència desenvolupada des de la Xarxa BCN Antirumors focalitza el treball de les entitats en dos nivells:

—Participar en la construcció i enfortiment de l'estratègia, l'estructura, el funcionament i les accions de la Xarxa.

—Promoure un autèntic treball en xarxa entre les entitats que formen part de la plataforma.

El primer nivell es desenvolupa en un marc de treball amb aquelles entitats amb més capacitat o voluntat d'implicació, des de l'anomenat *grup executiu*. Un exemple clar és la seva participació en l'elaboració del Pla d'Acció de la Xarxa BCN Antirumors, que va recollir entre altres la prioritat d'objectius, els àmbits d'actuació i les accions que calia desenvolupar en la primera etapa.



Per una altra banda, el segon nivell de treball en xarxa apunta directament tant a buscar noves entitats que s'adhereixin a la Xarxa (informant-les i sensibilitzant-les sobre la importància de la lluita contra els estereotips, prejudicis i rumors), com a la col·laboració entre entitats per potenciar l'impacte de les iniciatives, apropant-nos a diferents territoris (barris o districtes) o àmbits d'actuació (joves, dones, salut, educació...).

En definitiva, com dèiem a l'inici d'aquest capítol, l'agent antirumor està desenvolupant accions de sensibilització des de diferents vessants i àmbits de sensibilització, i prova d'impulsar accions alternatives i realment efectives. Estem en el camí de continuar descobrint noves formes de treball creatives i innovadores que donin respostes reals a un fenomen i un entorn més complexos i canviants que mai.



# 7. Bibliografia i recursos de referència



Més enllà de les habilitats comunicatives que es puguin entrenar i desenvolupar, també cal parar atenció a la necessitat de mantenir-nos informats i ampliar coneixements per combatre els rumors. En definitiva, plantejar arguments basats en informació com a una més de les competències interculturals. En aquest apartat us oferim tot un recull de recursos, alguns de caire més teòric, d'altres de caire més pràctic o fins i tot lúdic, per mantenir oberta aquesta finestra a l'aprenentatge continu.<sup>1</sup>

---

1. No es pretén fer un recull exhaustiu de tots els recursos i bibliografia existent, només es tracta d'una selecció d'aquells que hem considerat més rellevants o d'utilitat pel tema tractat.



## ***Bibliografia***

Allport, G. i Postman, L. (1947). The psychology of rumor. Nova York: Holt, Rinehart & Winston.

Allport, G. (1954): The nature of prejudice. Cambridge, Mass.: Addison-Wesley.

Diversos autors (2004): Erradicación del chabolismo e integración social de los gitanos en Avilés; investigación, evaluación y propuestas. Astúries: Universitat d'Oviedo, Ajuntament d'Avilés.

Banton, M. (1967): Race relations. Londres : Tavistock, p. 8.

Borg, J. (2009): La persuasión. El arte de influir en los demás. Madrid: Pirámide.

Brown, R. (1986): Social Psychology, 2a Ed., Nova York: Free Press.

Delgado, M. (1998): Diversitat i integració. Barcelona: Empúries.

Devine, P. G. (1989): «Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components». Journal of personality and social psychology, núm. 56, p. 5-18.

Devine, P. G.; Hirt, E. R.; Gehrke, E.M. (1991): «Diagnostic and confirmation strategies in trait hypothesis testing». Journal of personality and social psychology, núm. 58, p. 952-963.

Fine, D. (2008): Saber conversar. Cómo mejorar tus habilidades para comunicarte con los demás. Madrid: Temas de hoy.

Giménez, C.; Malgesini, G. (2000): Guía de conceptos sobre migraciones, racismo e interculturalidad. Madrid: Los Libros de la Catarata.

Meertens, R. W.; Pettigrew, T.F. (1992): «Le racisme violé: dimensions et mesure», a M. Wieviorka (dir.), Racisme et modernité. París: La Découverte, p. 109-126.

Muñoz, J.; Vázquez, F. (2004) : Procesos colectivos y acción social. Barcelona: UOC.

Myers, D. (1995): Psicología Social. Mèxic: McGraw-Hill.

Pease, A. (2004): El arte de negociar y persuadir. Madrid: Amat Editorial.

Pease, A.; Pease, B. (2009): El lenguaje del cuerpo. Cómo interpretar a los demás a través de sus gestos. Madrid: Amat Editorial.

Pettigrew, T. F. (1980): «Prejudice» a Thernstrom i col·l. (ed.), Harvard encyclopedia of American ethnic groups. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

Pettigrew, T. F.; Meertens, R.W. (1991): «Subtle racism: its components and measurement», ponència presentada a la Threedays on racism conference, París.

Rosnow, R. L. (1976): Rumor and Gossip: The Social Psychology of Hearsay. Nova York: Elsevier.

Sherif, M. (1974) : «Conflicto y cooperación» a Torragrosa, J. (comp.) : Teoría e investigación en la psicología social actual. Madrid : JOP.

Sunstein, C. R. (2010). Rumorología. Barcelona: Debate.

Stolcke, V. (1994): «Europa: nuevas fronteras, nuevas retóricas de exclusión» a: Diversos autors. Extranjeros en el paraíso. Barcelona: Virus, p. 235 – 266.

Sutton, M.; Perry, B.; Parke J.; John-Baptiste, C. (2007): Getting the message across: using media to reduce racial prejudice and discrimination. Department for Communities and Local Government.

## Altres recursos pràctics



Ajuntament de Barcelona, 2011

[www.bcnantirumors.cat](http://www.bcnantirumors.cat)

Amb un disseny atractiu i accessible, proposa a l'usuari una fórmula per combatre els rumors i estereotips sobre diversitat cultural, que es resumeix en tres conceptes: *Informa't, Pensa i Actua*.

*Direcció d'immigració. Ajuntament de Barcelona. CEA, 2011*

## **Manual per combatre rumors i estereotips sobre la diversitat cultural a Barcelona**

Recull 12 rumors sobre la immigració i ofereix dades que els desmenteixen. Per ara, el Manual és un document de treball que cal anar actualitzant i que serveix de base per als treballs de la Xarxa BCN Antirumors, formada per més de dos-cents membres (entitats, equipaments municipals, persones a títol individual...)



*Andreu Faro Lalanne, 2010*

## **Acudits i humor gràfic per treballar sobre immigració**

Andreu Faro Lalanne és un dibuixant i humorista que treballa en diversos mitjans escrits i digitals (com per exemple el Diari de Tarragona o Criatures.cat, on col·labora de manera habitual). Al seu web, a més de multitud d'acudits i vinyetes de diferents temàtiques,



es pot trobar un apartat especial dedicat a la immigració, material que pot ser molt útil per treballar i sensibilitzar sobre algunes problemàtiques com ara la integració, els prejudicis o fins i tot temes d'actualitat com ara el debat sobre el vel islàmic.



*Miguel Gallardo. Amb el suport de la Direcció d'immigració. Ajuntament de Barcelona, 2011*

## **Blanca Rosita Barcelona**

El còmic, realitzat per l'il·lustrador Miguel Gallardo, retrata la vida de Rosita, una jubilada de Barcelona, i Blanca, la noia d'origen peruà que la cuida. A través de les seves converses, s'aniran **desmantant els tòpics** més habituals sobre la immigració.

*Consell Comarcal del Vallès Occidental. D-CAS - Col·lectiu d'Analistes Socials, 2009.*

## **Material didàctic complementari a l'exposició itinerant per combatre prejudicis i rumors sobre la diversitat: Viatge a Tatinutropo**

Aquests materials contenen un seguit d'activitats que estan especialment pensades per treballar, amb alumnat de Secundària, Batxillerat i Cicles Formatius, conceptes clau com ara els estereotips, la discriminació ètnica o els rumors. Els materials didàctics són part de les accions paral·leles pensades per complementar l'exposició itinerant Viatge a Tatinutropo.





*Manual pràctic per combatre prejudicis i rumors sobre la diversitat ètnica. Consell Comarcal del Vallès Occidental, D-CAS - Col·lectiu d'Analistes Socials, 2008.*

## **Manual pràctic per combatre prejudicis i rumors sobre la diversitat ètnica**

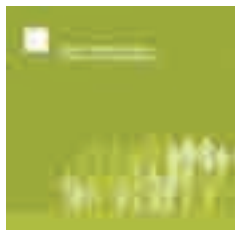
Aquest material vol ajudar el personal tècnic que treballa en l'atenció directa a la ciutadania a fer front a rumors, prejudicis i falses concepcions sobre la diversitat per raó de la procedència, els costums, les creences o simplement per l'aparença física dels individus. Amb aquest manual es pretén cercar solucions pràctiques per a situacions reals, ja que és una eina d'ús àgil per als professionals del món local.

*Cruz Roja, 2006*

## **Pistas metodológicas para la sensibilización intercultural**

En aquest document s'exposen els criteris i els fonaments que haurien de guiar el disseny i la posada en pràctica d'actuacions de sensibilització, sigui des d'una vessant formal (campanyes, sessions educatives) o informal (mitjançant el tracte diari amb els usuaris, etc.).





*Mesa per a la Diversitat en l'Audiovisual de Catalunya, 2007*

## **Manual d'apropament als mitjans**

L'objectiu central d'aquest manual és servir de guia perquè les persones i els col·lectius de persones immigrades puguin esdevenir protagonistes i gestors de les seves informacions i de les notícies que generen. Pretén ajudar-los a projectar la imatge que volen aportar i a consolidar la seva presència en la societat catalana.

*Secretaria per la Immigració. Generalitat de Catalunya*

## **Dades que trenquen tòpics.**

**[www.gencat.cat](http://www.gencat.cat)**

Espai de la Secretaria per a la Immigració en el qual s'inclouen informacions i dades que ajuden a tenir una percepció sobre la immigració i els seus efectes ajustada a la realitat. L'objectiu principal és trencar tòpics erronis sobre els quals sovint es construeixen les bases del racisme social.



*SALTO-YOUTH (Centre de Recursos de la UE), 2005*

## **A guide to European Diversity**

Guia destinada als joves europeus com a futur de la nostra societat, té com a objectiu ajudar a comprendre la diversitat. Destaca la importància de l'educació per combatre prejudicis i també informa sobre projectes i activitats destinades a joves per fomentar el respecte i la diversitat. [www.salto-youth.net](http://www.salto-youth.net)



*Royal Geographical Society, 2008*

## **UK migration controversies**

Guia orientada al públic britànic en general que explica algunes de les dades sobre migració i el seu impacte en l'economia del Regne Unit. El seu objectiu és tractar de manera senzilla però argumentada aquells aspectes que relacionen la immigració amb problemàtiques econòmiques i que no són reals, i d'aquesta manera vol desmentir mites existents.





*Equal Rights Center, 2008*

## **10 Harmful misconceptions about immigration**

Guia simplificada i de fàcil lectura orientada al públic general americà i que tracta de desmentir els deu errors i malentesos més perillosos sobre la immigració. Classifica els diferents mites sota diverses temàtiques (economia, criminalitat, salut, assimilació, drets...).

*Southern Poverty Law Center (EUA), 2010*

## **Ten ways to fight hate: a community response guide**

Material que vol ajudar a combatre l'odi, en tots els seus sentits. Hi trobem, doncs, l'odi cap als immigrants provocat pels biaixos i els prejudicis que tenim. És un document destinat al públic americà, contextualitzat en aquest entorn i amb la dialèctica destinada a moure i crear acció entre aquest públic.



*Barnes & Noble i la ANTI-DEFAMATION LEAGUE*

## 101 ways to combat prejudice

Guia pensada per ser treballada pels nens però amb l'ajuda dels pares, mestres o cuidadors. L'objectiu és presentar en forma de 101 consells pràctics com acabar amb l'odi, els prejudicis, i la discriminació als EUA.



*Scott Plous , Mike Lestik, David Jensenius i Mike Lestik, 2010*

## [www.understandingprejudice.org](http://www.understandingprejudice.org)

Web americana que ofereix informació i recursos educatius per tractar els prejudicis, la discriminació, el multiculturalisme i la diversitat. El seu objectiu final és reduir el nivell d'intolerància i els prejudicis en la societat contemporània. Així, hi ha recursos contra tots els tipus de prejudicis, inclosos alguns sobre els immigrants



*Steve Stroessner, Catherine Bona i Laura Webster, 2010*

## **[www.reducingstereotypethreat.org](http://www.reducingstereotypethreat.org)**

Aquesta web vol ser un compendi de recursos per a professors, mestres, estudiants i tothom que estigui interessat en els problemes que es generen a l'entorn dels estereotips de tot tipus. Hi podem trobar articles, resums i recerques que es fan en aquest camp. També ens situa sobre quines són les qüestions sense resoldre i els debats i controvèrsies que hi ha en la literatura científica.

S'inclouen suggeriments basats en la recerca per reduir les conseqüències negatives dels estereotips, en particular en l'àmbit acadèmic.



## Material audiovisual

### Quiero ser como Beckham (Bend it like Beckham)

**Any:** 2002

**Nacionalitat:** Regne Unit- Alemanya

**Gènere:** Comèdia

**Direcció:** Gurinder Chadha



Aquesta comèdia parla dels conflictes i la seva resolució entre diferents generacions i cultures. Una pel·lícula que mentre ens explica la història de Jess, una noia que vol jugar a futbol i als pares de la qual, com als de la seva amiga Jules, els agradaria que la seva filla fos una noia convencional, ens parla de la integració al país d'acolliment, de les diferències i similituds i de com es poden aconseguir els somnis si s'hi posa obstinació.



### Sólo un beso (Just a kiss)

**Any:** 2004

**Nacionalitat:** Regne Unit-Itàlia-Alemanya

**Gènere:** Drama

**Direcció:** Ken Loach

Una història d'amor en la qual la intensitat del vincle contrasta amb la desconfiança que la seva unió provoca en els seus respectius ambients. En realitat, les dinàmiques fonamentals

de les famílies són les mateixes: la diferència està en com s'expressen. Sólo un beso parla sobre la identitat que s'imposa a un individu per la seva pròpia família o per la seva comunitat.



## El senyor Ibrahim i les flors de l'Alcorà (Monsieur Ibrahim et les fleurs du Coran)

**Any:** 2003

**Nacionalitat:** França-Turquia

**Gènere:** Drama

**Director:** François Dupeyron

*El senyor Ibrahim i les flors de l'Alcorà* tracta de l'amistat que s'estableix entre dues solituds, una que comença a viure i una altra que es troba al final del recorregut. Entre un nen, Momo, que ha estat abandonat pel seu pare, i un ancià, Ibrahim, que porta una existència trista i rutinària darrere del mostrador de la seva botiga de comestibles. El nen és jueu i el botiguer musulmà, però els seus diferents orígens no tenen cap importància, l'essencial és que són complementaris. El nen dóna al senyor Ibrahim una última justificació en la seva vida, i l'ancià dóna a Momo la confiança plena de saviesa que necessita per al seu creixement interior.



## Gran Torino

**Any:** 2008

**Nacionalitat:** EUA

**Gènere:** Drama

**Director:** Clint Eastwood

Walt Kowalski (Clint Eastwood), un veterà de la guerra de Corea, és un obrer jubilat del sector de l'automòbil. La seva màxima passió és cuidar del seu més preuat tresor: un cotxe Gran Torino de 1972. És un home inflexible i amb una voluntat de ferro, a qui li costa molt assimilar els canvis que es produeixen al seu al voltant, com ho és l'arribada d'immigrants al seu barri. No obstant això, les circumstàncies faran que es vegi obligat a replantejar-se les seves idees. Prendre consciència de com les diferències no són reals, sinó construïdes.

## Invictus

**Any:** 2009

**Nacionalitat:** EUA

**Gènere:** Drama

**Director:** Clint Eastwood

Adaptació d'un llibre de John Carlin (Playing the enemy). El 1990, després de ser posat en llibertat, Nelson Mandela (Morgan Freeman) arriba a la presidència del seu país i decreta l'abolició de



l'Apartheid. El seu objectiu era dur a terme una política de reconciliació entre la majoria negra i la minoria blanca. El 1995, la celebració a Sud-àfrica de la Copa Mundial de Rugbi va ser l'instrument utilitzat pel líder negre per construir la unitat nacional: un símbol identitari compartit que va difuminar les diferències.

## Amigo no gima

**Any:** 2003

**Nacionalitat:** Espanya

**Gènere:** curtmetratge

**Direcció:** Iñaki Peñafiel

**En línia:** <http://video.google.com>



El traspàs d'una vella perruqueria mostra el canvi social del barri de Lavapiés a Madrid i les seves gents. *Amigo no gima* narra, durant la celebració del nou any xinès, comiats i començaments, somnis engegats i somnis trencats. Espanyols, marroquins, xinesos, africans, llatins..., tots estan destinats a conviure en el mateix espai. Molt interessant el diàleg que es crea entre dos dels seus protagonistes, un reproduint molts dels rumors i estereotips existents cap a la població estrangera, l'altre posant-los en dubte —un agent antirumor en potència.

## Tot un món

**Any:** 2007

**Autoria:** Miquel Àngel Essomba.

Col·lecció Conciutadania Intercultural

**En línia:** <http://www.fbofill.cat/index.php?codmenu=17.02>



A partir del programa del mateix títol de Televisió de Catalunya, aquest material educatiu vol acostar el fenomen migratori a les aules des d'un punt de vista que defuig l'alarmisme i la falsa tolerància. Ofereix unes propostes didàctiques adaptades a les característiques evolutives i als interessos de l'alumnat segons els nivells d'educació obligatòria i postobligatòria.



**PLA** BARCELONA  
**INTERCULTURALITAT**