

CHIAVE 3

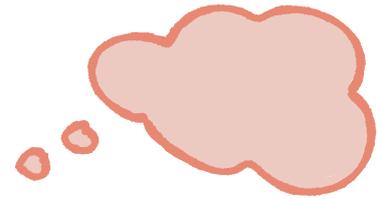
Mettersi nei panni degli altri e delle altre



“Entra nel modo di sentire e pensare del tuo interlocutore. Può essere impegnativo, ma è un passo fondamentale per avviare una comunicazione efficace”

(www.narrativechange.org)

Per riflettere



Mettersi nei panni degli altri e delle altre: un esercizio di cittadinanza.

È un modo di dire molto diffuso, un esercizio importantissimo eppure poco praticato. Cosa può fare la scuola? Presentiamo qui alcune esperienze e piste di lavoro che declinano l'idea di "mettersi nei panni", con bambini/e e ragazzi/e di età diverse, e con diversi linguaggi.

Lo scrittore Amos Oz, autore di molti romanzi e del recente libro di riflessioni *Cari fanatici* (2017), sostiene che in tutti e tutte noi c'è un germe di fanatismo, è un male che affligge l'umanità, attraversa le diverse religioni e culture; è l'idea di voler modellare l'altro a propria immagine. La chiave per una vita decente è saper ascoltare l'altro, essere capaci di vedere il mondo con gli occhi altrui. Bisogna coltivare degli antidoti e la scuola li può coltivare, la scuola può fare molto: l'humour per esempio ("il fanatico lo si riconosce dalla mancanza di humour", dice Oz) e l'immaginazione. Che cos'è l'immaginazione se non vedere il mondo con altri occhi? Anche se l'altro è un avversario, anche se l'altro è un nemico, sostiene lo scrittore israeliano David Grossman nel suo *Con gli occhi del nemico* (2010), Mondadori. Quando avremo conosciuto l'altro dall'interno non potremo più essere indifferenti a lui. Dovremo tener conto della sua storia, delle sue ragioni, capiremo di più i suoi e i nostri errori.

L'esercizio della democrazia si basa sul diritto di tutti e tutte ad esprimere le proprie idee. Per questo è importante acquisire e fare pratica degli strumenti non solo culturali ma anche emotivi che fanno da antidoto alla tendenza a conformarsi alle opinioni della maggioranza, alle mode, alle imposizioni. Per questo è importante coltivare l'immaginazione. Lo si può fare con bambini/e ragazzi/e (e adulti) di tutte le età, e utilizzando le diverse discipline scolastiche.



Attività iniziali

Per fare

Si potrebbe cominciare in leggerezza con le storie, narrate in contesti culturali anche molto distanti tra loro, per scoprire che punti di vista diversi si possono avvicinare, scoprendo le somiglianze o le comunanze.

Un invito a mettersi le idee degli altri e delle altre, come si indossa un paio di scarpe, come si indossa un copricapo.



Attività 1

Mettersi nelle scarpe degli altri e delle altre

La prova di identità attraverso la scarpetta è il motivo più caratteristico della fiaba di Cenerentola. La scarpa più famosa, naturalmente, è la scarpetta di vetro. Ma questa è solo una delle tantissime scarpe consumate da Cenerentola nei suoi viaggi per il mondo. Perché non c'è una sola storia di Cenerentola, ce ne sono 345!, almeno secondo il primo grande censimento fatto a fine ottocento dalla folklorista inglese Marion Rolfe Cox.

La storia della scarpetta di vetro è quella "francese", scritta da Charles Perrault, nel 1696, pubblicata a Parigi alla corte di Luigi XIV e ripresa da Walt Disney nel suo film a cartoni animati, uscito nel 1950. In questa versione Cenerentola non può recarsi al ballo del principe perché la matrigna gliel'ha proibito. Interviene un aiutante magico, una fata, che le lascia in dono un vestito nuovo e le scarpette.

Così può andare al ballo ma deve tornare a casa prima che finisca la festa ("prima dello scoccare della mezzanotte", nella versione di Perrault). Fugge precipitosamente dalle scale perdendo la scarpetta. Il principe la trova e manda i suoi aiutanti a cercare la ragazza che potrà calzare quell'oggetto meraviglioso. Questo è l'intreccio più diffuso della storia che tutti i bambini e tutti gli adulti, o quasi, conoscono. Ma ci sono tantissime versioni diverse della storia e importanti differenze da Paese a Paese.

In Scozia, per esempio, al posto della "nostra" fatina, c'è una pecora che aiuta Cenerentola; in India e in Bosnia c'è una mucca, in Iraq e in Cina c'è un pesce, in Vietnam c'è Buddha, a Napoli c'è una palma di datteri.

Ma non cambiano solo gli/le aiutanti di Cenerentola, cambiano anche e soprattutto le sue scarpe!

Nella Cenerentola tedesca, scritta dai fratelli Grimm e pubblicata nel 1812, la scarpetta non è di vetro ma è dorata e la protagonista non la perde per distrazione ma solo perché l'astuto principe ha cospirato di pece la scalinata (e non deve tornare a casa entro mezzanotte, Cenerentola tedesca non ha orario!). E soprattutto nella Cenerentola tedesca il principe arriva di persona nelle case per far provare la scarpetta alle fanciulle. È un principe attivo, determinato, sicuro di sé. E anche la matrigna lo è: convince le figlie a tagliarsi una parte del piede per riuscire ad indossare la scarpetta.

La prima versione di Cenerentola in Europa non è né francese né tedesca, ma italiana, anzi napoletana: Cenerentola si chiama Zezolla, detta anche Gatta Cenerentola. La storia fu scritta e pubblicata da Giovanbattista Basile nel libro *Lo cunto de li cunti* ovvero *Lo trattenimento de lo Piccirille*, noto anche come il *Pentamerone* (un libro che conteneva 50 fiabe). Siamo nell'anno 1634, alla corte del re di Napoli e, nonostante il titolo indichi un pubblico infantile come destinatario ideale, questa raccolta di fiabe in dialetto napoletano si rivolgeva prevalentemente ad un pubblico di corte, adulto e maschile. La calzatura perduta alla festa dalla Cenerentola napoletana è una pianella ("lo chianiello", in napoletano), una specie di zoccolo che veniva calzato come una sovra scarpa e aveva un'altissima zeppa di legno per aumentare la statura anche di un palmo e mezzo!

"Il servitore, che non riuscì a raggiungere la carrozza che volava, raccolse la pianella da terra e la portò al re. E lui, presala in mano, disse: - Se le fondamenta sono così belle, come sarà la casa?"

È interessante questa immagine usata dal re napoletano: se il corpo è come una casa, le scarpe sono le sue fondamenta. Si potrebbe aprire una pista di lavoro con i/le bambini/e e gli/le adolescenti: cosa sono le scarpe rispetto al corpo intero?

Le scarpe non sono un semplice accessorio, sono anche un segno di appartenenza sociale, d'identità di gruppo. Rimandano al significato profondo delle calzature come "confine", come passaggio, come strumento per crescere e alzarsi da terra (il bambino o la bambina piccola che si mette le prime scarpe, che si mette le scarpe dei genitori o dei fratelli e sorelle più grandi, e il gesto di togliersi le scarpe per entrare in luogo sacro, in altre religioni...). **Mettersi nelle scarpe degli altri, è un esercizio interculturale!**

Attività 2

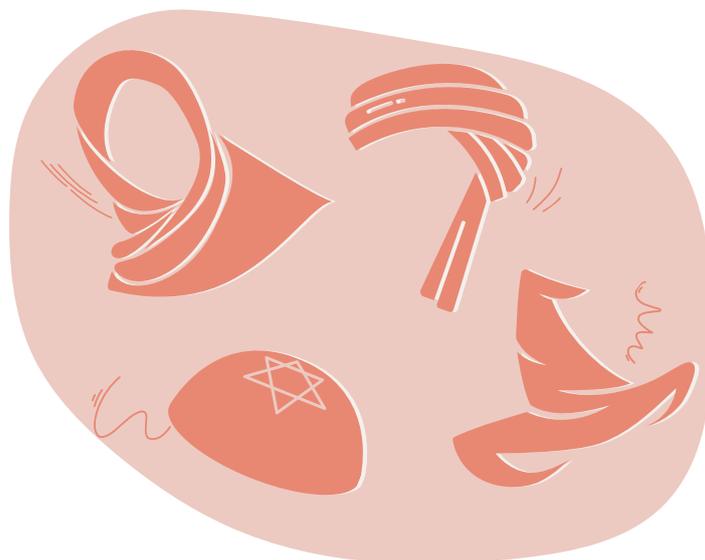
Mettersi il copricapo degli altri

Il velo islamico, il turbante dei sikh, la kippà ebraica e il cappello di Harry Potter.

Il termine arabo **hijab** significa “celare allo sguardo, nascondere, tirare una tenda” e viene usato in riferimento ad un particolare tipo di abbigliamento femminile che copre il capo e, al massimo, il collo, lasciando scoperto il viso. Dall’Iliade all’Odissea, Elena e Penelope indossavano il velo, le spose degli antichi romani indossavano il flammeum, un indumento che copriva il volto ed era portatore di buon auspicio. Il velo per le donne precede la nascita dell’Islam e la prima traccia è in un documento assiro del tredicesimo secolo avanti Cristo, secondo il quale il velo era permesso esclusivamente alle donne nobili mentre era proibito alle donne comuni che dovevano stare a capo scoperto.

C’è il velo bianco e il velo nero, il matrimonio e il lutto. E c’è cosa dice veramente la Bibbia, cosa dice veramente il Corano, l’Oriente, le Mille e una notte e la danza dei sette veli, la prima linea di moda femminile dedicata alle donne musulmane dagli stilisti Dolce e Gabbana e l’invenzione del burkini, burka più bikini.

Anche nella tradizione popolare italiana il **velo** è presente e riveste ruoli e significati diversi e profondi. Fino a pochi decenni fa, e in alcuni piccoli centri ancora oggi, soprattutto nel meridione, le donne portavano il velo quotidianamente. Esso consisteva in un fazzoletto annodato sotto il mento. Nel dialetto arcaico si utilizzava il termine maccaturo, la cui etimologia deriva dal catalano mocador e dal latino mucus, muco. Perché serviva anche per soffiarsi il naso. Si usava dire anche testa mucata, come soprannome, nel senso di testa ammuffita, bacata, testa matta.



Il maccaturo serviva per andare in campagna o in chiesa la domenica ma era utilizzato come accessorio in molte occasioni, e poteva assumere la funzione di simbolo, in base ai suoi diversi colori, in molte feste e cerimonie. Per esempio il maccaturo di colore azzurro si sventolava al porto per salutare chi partiva per terre lontane. Il rosso con tutte le sfumature fino al marrone chiaro indicava la disponibilità delle ragazze in cerca di marito. Al contrario chi era già impegnata indossava il maccaturo bianco sporco o grigio chiaro. Il maccaturo era usato e serviva anche agli uomini che potevano asciugarsi il sudore delle dure giornate di lavoro nei campi e ne adoperavano uno abbastanza grande per avvolgere il pranzo da consumare durante la pausa.

Il velo è una figura che appartiene a Paesi, culture, lingue, religioni, generazioni diverse. Costituisce un comune denominatore narrativo: contiene un nucleo di temi, motivi, intrecci, che possono unire le diversità, che fanno da evidenziatore, da ponte, e ci fanno intravedere un tessuto comune tra realtà che appaiono a volte lontane, estranee, inconciliabili.

È una pista di lettura avviata da scuole, biblioteche, associazioni più di 30 anni fa cui avevamo dato il nome di "Didattica dei personaggi ponte", a partire dalla figura di Giufà, così presente nella letteratura e nel folklore del mediterraneo, e poi con le figure di Cenerentola, dei folletti, del detective, del drago, riscoperti e riletti in chiave multiculturale. E ancora i temi e le figure delle "partenze" della "nostalgia", della "compassione" su cui stanno lavorando diverse scuole, sentimenti che possono legare le storie dei viaggiatori, dei/delle migranti, degli/delle esuli, di ieri e di oggi. E di noi tutti e tutte "spaesate" nel tempo della globalizzazione veloce.

Il **copricapo** è una figura simbolica, un personaggio ponte. È apparso molte volte nelle discussioni, nelle preoccupazioni, nel racconto mediatico sulle migrazioni di questi anni: proibito il burkini sulle spiagge francesi, stupore per il velo delle atlete alle Olimpiadi, la campionessa iraniana di lancio del peso con il velo! E poi gli episodi di razzismo e gli "incidenti o malintesi o dilemmi interculturali" provocati dal copricapo degli ebrei o dal turbante degli indiani sikh immigrati in Italia. E la lotta delle ragazze e donne nell'Iran di oggi contro l'imposizione del velo.

Discussione in una scuola di Cremona: si può portare il turbante come prescrive la propria religione sikh e rispettare la legge italiana che impone l'obbligo del casco in motorino? Su questa pista di lavoro, il copricapo che attraversa le religioni, "**Il velo, il turbante, la kippà**", hanno fatto una ricerca i giovani del centro interculturale Mondinsieme di Reggio Emilia, con gli studenti, italiani e "stranieri" e le comunità religiose del territorio. Con l'utilizzo di materiali diversi: interviste, video, film, romanzi. Ma il "copricapo" ha le gambe lunghe, o meglio le ali, e vola al di là della cronaca e delle religioni.

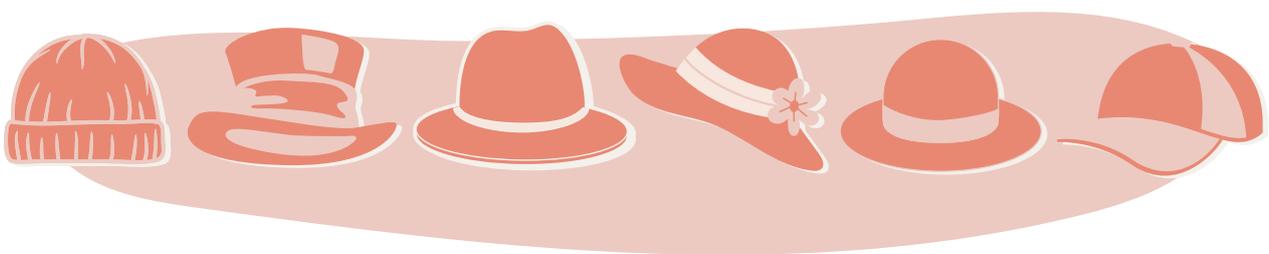
Attività 3

Il giro del mondo in 80 cappelli.

Una narratrice de la “**Fabbrica delle Storie**”, di Milano, in un laboratorio di scrittura e narrazioni che lavora con le scuole di frontiera ha organizzato un laboratorio con un gruppo di bambini e bambine sorde, di diverse provenienze culturali, facendo parlare i copricapi, *Che cosa ti sei messo in testa ? Il giro del mondo in 80 cappelli.*

Quanti copricapi, quante storie! Dal cappello parlante di Harry Potter, al turbante di Sandokan, al cappello che nasconde un elefante, che è stato ingoiato da un serpente boa, nel *Piccolo Principe*, al berretto rosso detto “u coppulicchio” del monachicchio, il folletto lucano, descritto da Carlo Levi in *Cristo si è fermato a Eboli*, al cappello a punta delle streghe e dei maghi (e degli ebrei nel medioevo), al cappuccio di Cappuccetto Rosso, dal cappellino a cono “fatto con mollica di pane” di Pinocchio (e chiamato “gandhitupi”, nella traduzione indiana) al “foulard” di Mascia e l’orso che viene dalla tradizione contadina delle fiabe russe. E poi c’è la pista della follia, dal cappellaio matto di Alice nel paese delle meraviglie al caso raccontato dallo scrittore e psichiatra Oliver Sacks in *L’uomo che scambiava sua moglie per un cappello*, fino al cappuccio giallo con due campanelle attaccate, una per parte, l’immagine del matto dei tarocchi, del buffone di corte, del jolly di qualsiasi mazzo di carte, una figura che risale al tardo medioevo.

I cappelli, così come le scarpe, non sono semplici accessori, sono potenti **evidenziatori di differenze e somiglianze** tra le culture, le religioni, le relazioni umane, i rapporti di potere. Nella nostra lingua ci sono indizi rivelatori. Si dice, per esempio, “cambiare cappello”, per dire cambiare idea o partito; “mettere il cappello”, nel senso di prendere possesso, oppure “tanto di cappello”, “giù il cappello”, in senso di ammirazione.



Attività 4

Attività per imparare a mettersi nei panni del proprio interlocutore

A chi stai parlando?

30 minuti, lavoro a gruppi.

La polarizzazione nelle conversazioni rappresenta un ostacolo all'inclusione poiché limita la diversità di opinioni e prospettive, rendendo difficile il coinvolgimento di tutti e tutte e la costruzione di un ambiente che valorizzi e rispetti le differenze. Per questo motivo è importante rivolgere la comunicazione anche agli interlocutori scettici e non schierati, normalmente non considerati nelle discussioni ad alto tasso di emotività.

Inoltre, se si vuole impostare un messaggio comunicativo, è fondamentale avere chiaro chi si spera di raggiungere con ogni comunicazione che si fa, cioè provare a mettersi nei suoi panni. Spesso si sente dire: "Il nostro pubblico è costituito da tutti coloro che sono colpiti dalla discriminazione o che potrebbero esserlo. Fondamentalmente tutti e tutte".

Per una comunicazione efficace invece il target non può essere così vago. È importante capire chi è il vostro interlocutore potenziale (e chi non lo è).

Proviamo a definire alcune categorie di target sul tema delle migrazioni:

- Le persone che sono già (ampiamente) a favore della questione. Es: attivisti e attiviste, associazioni umanitarie e per i diritti umani, media favorevoli, partiti o movimenti
- Il centro fluido: persone che sono indecise o che non si sono impegnate sul tema, e che quindi possono cambiare idea
- Gli oppositori: persone che si oppongono fortemente alla questione. È improbabile che siano favorevoli ad un messaggio sui diritti dei/delle migranti.

Per una migliore conoscenza di questi diversi target forse è meglio prima proporre l'**Attività 1** della **Chiave 4**, la quale propone di leggere alcune pagine del Rapporto IPSOS (2019), per scoprire che non esistono solo posizioni polarizzate sulla questione migratoria. Imparare a conoscere l'interlocutore aiuterà a identificare ostacoli, possibili soluzioni, potenziali alleati e punti in comune su cui costruire la comunicazione.

Proponete quindi ai vostri allievi e alle vostre allieve questa semplice attività, seguendo questi passi:

- Creare piccoli gruppi di circa 5 persone
- A ciascun gruppo si chiederà di mettere a fuoco l'obiettivo di cambiamento della comunicazione (es. far partecipare la classe a un evento culturale a cui non ha mai partecipato)
- A ciascun gruppo si chiederà poi di mettere a fuoco i diversi tipi di interlocutori con i quali potrebbe essere possibile avviare il dialogo (compagni a favore, contro o che non hanno un'opinione in merito). Per facilitare la riflessione, mettete a disposizione la tabella di seguito e le domande-guida per specificare quanto più possibile i diversi target
- Una volta definiti i diversi gruppi di potenziali interlocutori, i gruppi di lavoro dovranno mettere in relazione l'obiettivo di cambiamento individuato con i diversi gruppi target. I partecipanti dovranno poi scegliere il target ideale a cui indirizzare la comunicazione per raggiungere l'obiettivo prefissato (es. "sarà utile dialogare con i compagni che non hanno un'opinione in merito - il centro fluido - perché possiamo convincerli, mentre coloro che sono contrari non cambieranno facilmente opinione).

TARGET	
Chi supporta i vostri temi/obiettivi?	Chi è coinvolto/toccato dalle vostre azioni?

Attività 5

Personificare il centro fluido

Per imparare a metterci ulteriormente nei panni del nostro interlocutore, ma anche per esercitare la capacità di vedere la sua parte più personale e umana, potremmo proporre ai nostri studenti e alle nostre studentesse questa ulteriore attività, seguendo i seguenti passi:

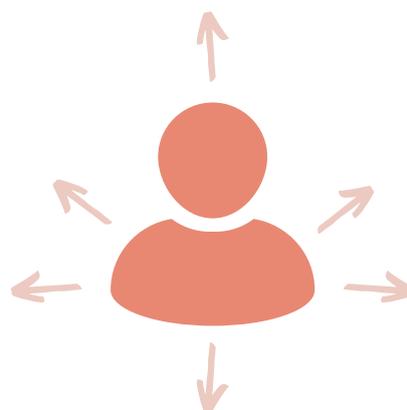
- Mantenere gli stessi gruppi di lavoro dell'attività precedente.
- Una volta definito il potenziale gruppo target, spingere i partecipanti a fare un passo oltre cercando di capire a fondo le posizioni, gli atteggiamenti e le motivazioni del gruppo identificato: chiedere ai gruppi di compilare la tabella di seguito rispondendo alle domande riportate, con l'obiettivo di stilare un identikit di una persona rappresentativa del target individuato.
- Tornare in plenaria e chiedere a un rappresentante del gruppo di presentare la persona che hanno individuato grazie all'esercizio (opzionale: far presentare il soggetto dell'identikit chiedendo di immedesimarsi e raccontarlo in prima persona).
- Al termine dell'esercizio di gruppo, chiedere ai partecipanti se, ora che la conoscono più a fondo, sentono di poter aprire più facilmente un dialogo con la persona ritratta dall'identikit.

Come mi chiamo?

Cosa mi influenza?

Che competenze ho?

A cosa do più valore nella vita, quali sono i miei valori?



Che interessi ho?

Che sentimenti ho nei confronti del tema?



Buone pratiche

Il debate: mettersi nelle idee degli altri e delle altre

“Gli immigrati e le immigrate ci rubano il lavoro! Sono dei concorrenti sleali nel mercato del lavoro. Accettano paghe troppo basse, i/le nostri/e giovani devono andare all'estero...”

“Non è vero, gli immigrati fanno lavori che gli italiani e i giovani italiani non vogliono fare. Chi vuol fare la badante, raccogliere i pomodori nei campi, mungere le mucche?”

Emigrazione, immigrazione ed esilio sono stati da sempre, e ognuno per sé, fonte di creatività letteraria. Ogni essere umano che si sposta o che è costretto a spostarsi da uno spazio, da una storia, da una società, da una lingua a un'altra, si ricostruisce un contesto sociale per ridare dignità alla sua esistenza o per attuare il suo progetto di vita. Questa operazione di intensa creatività esistenziale sfocia a volte nella scrittura. Per il Novecento europeo emigrazione, immigrazione ed esilio vanno annoverati tra gli impulsi che hanno concorso in modo decisivo al rinnovamento delle letterature nazionali perché ne hanno smorzato l'autoreferenzialità entro la quale rischiavano di perdersi.

È un frammento del **dibattito avvenuto tra i banchi di scuola** della III B dell'Istituto Superiore Avogadro di Torino all'inizio del 2018. Il dibattito sul tema immigrazione e lavoro, già altamente divisivo nell'opinione pubblica, è avvenuto durante i mesi di una campagna elettorale che sulle parole migranti, sbarchi, invasione, sicurezza, integrazione, scontro di civiltà, ha monopolizzato il dibattito pubblico nazionale. La differenza è che questo tra gli studenti e studentesse è stato costruito in modo intenzionale, dentro una scuola e con un pubblico di studenti, studentesse e docenti. Due squadre di studenti e studentesse dovevano confrontarsi su tesi e punti di vista diversi e opposti, documentando ed esponendo le proprie ragioni ed ascoltando l'opinione opposta. Il termine dibattito fa pensare al teatrino dei talk politici televisivi, ma in questo progetto si chiamava debate, espressione inglese che rimanda invece ad una disciplina o, meglio, ad una metodologia didattica nata nei college americani alla fine dell'ottocento e che oggi è materia curricolare in diverse scuole anglosassoni.

Funziona così: un'affermazione fa da indicatore del terreno di scontro tra due squadre, una a sostegno e l'altra contro. La posizione da sostenere viene estratta a sorte, non conta quindi la propria opinione ma la qualità dell'argomentazione, l'uso delle fonti e dei dati, la capacità di ascoltare. E la capacità di replicare in modo argomentato. È l'opposto di quello che avviene spesso nel teatro politico nazionale.

Altri istituti di Torino, Roma e Bari, usando per esprimersi diversi linguaggi: video, fumetti, teatro, musica, hanno partecipato a questo “esercizio di cittadinanza” chiamato Buon senso, un progetto promosso da MIUR e Editore Laterza nel 2017-18 sul tema delle migrazioni, “per imparare a comunicare attraverso la parola scritta, attraverso la parola detta, attraverso l'uso del video e attraverso una performance teatrale”, come spiega Giuseppe Laterza nel **servizio** dedicato da RAI SCUOLA a questa esperienza didattica.

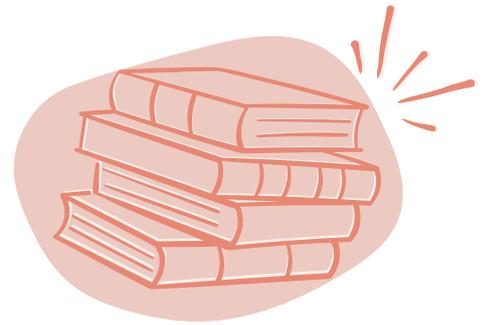
Altri istituti di Torino, Roma e Bari, usando per esprimersi diversi linguaggi: video, fumetti, teatro, musica, hanno partecipato a questo **“esercizio di cittadinanza”** chiamato Buon senso, un progetto promosso da MIUR e Editore Laterza nel 2017-18 sul tema delle migrazioni, “per imparare a comunicare attraverso la parola scritta, attraverso la parola detta, attraverso l’uso del video e attraverso una performance teatrale”, come spiega Giuseppe Laterza nel servizio dedicato da RAI SCUOLA a questa esperienza didattica.

Vale la pena di guardarlo con i propri allievi e le proprie allieve prima di decidere che tipo di linguaggio scegliere per comunicare agli altri “Tutta un’altra storia” sulle migrazioni con un progetto di Advocacy Service Learning (cfr. Chiavi 5-6-7-8).



Progetto Buonsenso

Bibliografia



4

**“Prova a metterti
nei loro panni.”**

Questa Chiave è collegata e ispirata alla **Chiave 4** del **Kit di strumenti per riformulare la narrazione** sulla migrazione, ideato e realizzato da **ICPA** (International Centre for Policy Advocacy).

- Mastroianni B.(2017), La disputa felice. Dissentire senza litigare sui social network, sui media e in pubblico, Firenze: Franco Cesati editore. “Per capire e conoscere una cosa, devi saperla spiegare anzitutto a chi non è d’accordo. La sfida della comunicazione non è più nelle asimmetrie: saper/non sapere complessità/ semplicità. La comunicazione si gioca sul fatto che tutti sono sullo stesso piano. Occorre lavorare su un livello simmetrico, quello della relazione con la diversità dell’altro”
- Giaccardi C.(2012), La comunicazione interculturale nell’era digitale, Bologna: Il Mulino
- Ongini V. (2019), Grammatica dell’integrazione. Italiani e stranieri a scuola insieme, Bari:Laterza
- Oz A. (2017), Cori fanatici, Milano: Feltrinelli
- Périer B. (2018), Parlare è un’arte marziale, Milano: Bur Rizzoli
- L’autore è docente di arte retorica all’Università di Seine Saint Denis dove è ambientato il film A voce alta (cfr. infra)
- Rovelli C.(2018), Ci sono luoghi al mondo dove più che le regole è importante la gentilezza, Milano: Edizioni Corriere della sera
- Raina L.-Colombo I.(2022),Insegnare storia con le narrazioni interattive e i libri gioco, Trento: Erickson
- Rosenberg Marshall B (2014), Preferisci avere ragione o essere felice? La forza straordinaria della comunicazione nonviolenta svelata dal suo ideatore, Reggio Emilia: Esserci
- Rosenberg Marshall B (2017), Le parole sono finestre (oppure muri). Introduzione alla comunicazione nonviolenta, Reggio Emilia: Esserci