

1. INTRODUCCIÓN GUIA ANTIRUMORES

Son muchas las entidades y organismos que han elaborado materiales sensibilizadores para hacer frente a los estereotipos, prejuicios y rumores existentes en el entorno de las personas de diferentes nacionalidades y culturas. Por un lado, encontramos documentos o artículos de carácter científico o divulgativo, que presentan las diferentes teorías o perspectivas que nos ayudan a entender el porqué del fenómeno de los prejuicios y los rumores. Por otro, hay materiales de carácter más práctico que nos ofrecen herramientas para la sensibilización.

El propósito de la guía es aportar una herramienta de apoyo para entrenar las habilidades y las actitudes que favorecen la sensibilización basada en el diálogo, y dar una base de conocimientos sólida a las personas que deseen desarrollar una tarea sensibilizadora activa para frenar las falsas concepciones existentes hacia la población extranjera en Barcelona.

¿a quién va dirigida esta guía?

El documento que presentamos está orientado a personas a quienes les desagradar comprobar que la gente que está a su alrededor muestra prejuicios y estereotipos que dificultan la integración y la convivencia en una ciudad cada vez más diversa y global.

A personas que, cansadas de escuchar rumores sobre la población extranjera, deciden tomar partido y actuar, aportando su «granito de arena» para favorecer dentro de su entorno actitudes y percepciones más positivas e integradoras de la diversidad sociocultural.

La plataforma creada por el Ayuntamiento de Barcelona Red BCN antirumores es precisamente un espacio de trabajo dirigido a todas estas personas, destinado a desarrollar acciones en el marco de la Estrategia BCN antirumores con la fin de combatir los rumores, prejuicios y estereotipos que hay hacia los ciudadanos barceloneses de origen inmigrante.

De ahí nace el concepto y la figura del **agente antirumores**, entendida como aquella persona que adquiere el compromiso de llevar a cabo la función de sensibilizar y romper con los imaginarios y falsas concepciones existentes en el entorno de los ciudadanos de origen cultural diverso.

Es probable que muchos de los lectores y lectoras de esta guía seáis miembros de esta red. Y probablemente está preguntándose a vosotros mismos si usted se considera o no agente antirumores. Otros, quizás es la primera vez que sentís a hablar de este proyecto y lo que pasa por vuestras cabezas es: «¿Podré sacar provecho igualmente los contenidos de esta guía?»

La respuesta a ambas preguntas es sí. La guía ha sido especialmente pensada para dotar de herramientas prácticas a los agentes antirumores, pero pueden ser de utilidad para todas aquellas personas que comparten sus mismos valores. Al margen de la etiqueta que nos colocamos y de si nos sentimos plenamente identificados con lo que ello conlleva, queremos invitaros a ensayar y aplicar las técnicas que aquí os presentamos. La figura del agente antirumores es de creación reciente, por lo que debemos hablar de algo vivo en constante proceso de redefinición. En el momento de redacción de esta guía la Red BCN antirumores define al agente antirumores previendo cuatro dimensiones o ámbitos de acción diferenciadas en función de los interlocutores y destinatarios de sus acciones. Cada dimensión define objetivos específicos y acciones diferenciadas que se pueden llevar a cabo como agente antirumores. En el capítulo 6 de esta guía desarrollaremos con más detalle cada una de estas dimensiones. Sin ello, y antes de continuar con la lectura, hay que dejar constancia de que la guía desarrolla sólo una de estas vertientes.

Hablamos concretamente de la sensibilización a través del diálogo interpersonal. Es decir, la sensibilización que se puede hacer cara a cara, en contextos informales y muchas veces improvisados. Esto implica una dificultad añadida para hacer una tarea sensibilizadora, ya que no contaremos con materiales de apoyo que nos ayuden en nuestra tarea: la capacidad de diálogo será nuestra principal o única herramienta. Cabe decir que esto no significa que no haya una preparación previa, todo lo contrario. Por mucho que pueda parecer contradictorio, una buena improvisación puede estar previamente entrenada, preparada y planificada.

Ciertamente, la guía no contiene recetas mágicas ni infalibles para hacer desaparecer los rumores, prejuicios y estereotipos de nuestro alrededor. Pero sí creemos que ofrece técnicas válidas para desarrollar la difícil tarea de sensibilizar e incentivar un diálogo sereno y abierto en torno a temáticas que, como la inmigración y la diversidad sociocultural, son objeto frecuente de demagogia que incitan a la estigmatización y la discriminación social.

Un planteamiento estratégico de la intervención. Contrarrestar los rumores o sensibilizar entornos a los prejuicios o estereotipos no sólo requiere conocer los posibles contraargumentos a presentar. Hay que elaborar una táctica más completa que contemple otros aspectos estratégicos como para ejemplo los que se tienen en cuenta a la hora de diseñar un plan de empresa o de desarrollo y que también se pueden aplicar para esta función.

Un elemento clave de esta estrategia es el entrenamiento de habilidades comunicativas, aprovechando en este caso el valioso bagaje que nos aportan las técnicas de negociación, venta, mediación o gestión del conflicto.

En definitiva, pensamos que el valor añadido de esta orientación es la capacitación en habilidades estratégicas, comunicativas y personales. Por supuesto, la guía prevé los

posibles argumentos discursivos y de respuesta que también hay que utilizar. Pero estos son sólo una parte de los elementos que configuran un abordaje más holístico de la labor sensibilizadora.

Sí, la guía ofrece un planteamiento estratégico sobre cómo actuar en el momento de hacer frente a rumores o falsas concepciones. Cada capítulo corresponde a una clave del pensamiento estratégico.

Estas claves son:

Conocer el terreno: Este es el capítulo más teórico de toda la guía. Aunque ello, intentamos explicar de la manera más sencilla y lúdica posible los principales conceptos que entran en juego.

En definitiva, saber de qué estamos hablando, qué son los prejuicios, los estereotipos, los rumores ... , como nacen, cómo funcionan, por qué existen ...?

Conocerse a uno mismo: Tratar con respeto y empatía las personas a las que queremos sensibilizar nos obliga a hacer un ejercicio de autorreflexión. ¿Realmente somos y pensamos de una manera tan diferente?

Preparar una estrategia: Este capítulo presenta las principales herramientas comunicativas que se pueden poner en práctica en la sensibilización frente a cara.

Ser conscientes de nuestras fortalezas y debilidades: Como en toda estrategia, la evaluación es un elemento fundamental.

Debemos ser capaces de tomar conciencia sobre aquellos elementos que más dominamos y aquellos que tenemos que mejorar.

Tal como señalamos en capítulos posteriores, somos plenamente conscientes de que los estereotipos, prejuicios o rumores son multidireccionales y no propios de un único colectivo o de una época concreta. Sin embargo, la guía centra su atención en los que mayoritariamente se encuentran entre la población autóctona y que se dirigen a la población de otros orígenes culturales.

Partiendo de esta perspectiva, queremos dejar constancia de que las habilidades comunicativas y personales que aquí desarrollamos están tratadas desde una vertiente occidental y actual.

Finalmente, queremos resaltar que la guía huye explícitamente una perspectiva de intervención paternalista, en la que la «sensibilización» acaba convirtiéndose en un discurso

victimizador de la inmigración, los estereotipos negativos pasan a recaer sobre la población autóctona, y generan nuevas simplificaciones y falsas concepciones.

Tampoco se quiere demonizar aquellas personas que tienen prejuicios o reproducen rumores y que «deben ser rescatados» por los agentes antirumores.

Desde la perspectiva que defendemos, la sensibilización tiene sentido en la medida que consigue favorecer actitudes y hábitos de diálogo más reflexivos y responsables con lo que se dice, fundamentando los argumentos en la reflexión sobre la propia experiencia y en conocimientos e informaciones contrastables. Es así como la labor de los agentes antirumores confluye plenamente con el fomento de una verdadera libertad de expresión.

2. Conocer el terreno.

¿De qué estamos hablando?

El primer paso de este abordaje estratégico nos obliga a preguntarnos:

¿de qué estamos hablando cuando hacemos referencia a los estereotipos, prejuicios o rumores?

¿Qué son? ¿Cómo funcionan? E incluso, ¿qué función cumplen en nuestra sociedad?

En definitiva, hablamos de conocer plenamente el terreno en el que nos moveremos para, posteriormente, idear la mejor estrategia para combatirlos. Este es un camino en el que diferentes perspectivas han hecho aportaciones muy relevantes, formas de ver el fenómeno que lejos de ser antagónicas se complementan las unas a las otras. De esta manera, intentaremos construir una explicación multidisciplinar que nos aproxime a la problemática.

Los rumores, al igual que los estereotipos o los prejuicios, son tan antiguos como la historia de la humanidad. Y los resultados siempre han sido los mismos: dificultar las relaciones entre personas que pertenecen a diferentes grupos sociales.

En 2009, el Ayuntamiento de Barcelona impulsó el Plan Barcelona Interculturalidad con el objetivo de afrontar los retos que supone la gestión de la convivencia en medio de una diversidad de orígenes creciendo. El diagnóstico realizado como elemento previo a la redacción del Plan previó un proceso participativo en el que se respondió a cinco preguntas clave en torno a la convivencia en Barcelona.

La respuesta a la pregunta sobre los factores que dificultan la convivencia entre habitantes de Barcelona de orígenes culturales diferentes dio un resultado bastante revelador: El 48,1% de las respuestas apuntaban a los elementos subjetivos-relacionales, es decir, el

desconocimiento del otro, los estereotipos y los prejuicios, los rumores y el cierre del otro como principales obstáculos la convivencia.

2.1. Prejuicio, estereotipo y discriminación

Prejuicio, estereotipo y discriminación son todos ellos términos difíciles de entender separadamente dado que las interdependencias que existen entre ellos son muy fuertes. Como si se tratara de un ovillo de lana, empezaremos estirando por un hilo para, posteriormente, ir desvelando las interconexiones y significados de cada uno de ellos.

El prejuicio será el primer concepto que abordaremos, el inicio de nuestro hilo argumental.

Una de las definiciones más extendidas y aceptadas de este concepto es la que hace más de cincuenta años nos ofreció Allport (1954). Según este autor, el prejuicio es una actitud hostil y desconfiada hacia alguna persona que pertenece a un colectivo, simplemente debido a su pertenencia a este grupo.

El prejuicio es una actitud y, como tal, presenta una combinación de sentimientos o emociones, inclinaciones a actuar y creencias llamadas estereotipos.

De estereotipos hay en todos los grupos sociales y no son ni negativos ni positivos para ellos mismos. Son atribuciones generalizadas de determinadas características de algunos miembros de un grupo en su conjunto. Se atribuyen cualidades a una persona como miembro de un grupo y no se la juzga por su individualidad (Myers, 1995).

Las imágenes negativas que se tienen de un grupo de personas conducen a emitir juicios negativos sobre ellas sin verificación previa y sin fundamentarse en una experiencia directa o real. Además, las actitudes negativas que se mantienen hacia un determinado grupo se hacen extensibles a cada uno de sus miembros.

Los estereotipos suelen tener una base empírica, pero es la exageración y la generalización indiscriminada hacia el conjunto de los miembros de una comunidad el que los convierte en prejuicios. El equívoco radica en su extrapolación, como también en su permanencia en el tiempo, al ignorar las particularidades y los cambios que se producen entre los sujetos de cualquier grupo.



Sin ir más lejos, aceptar el que popularmente se asocia a las personas inmigradas (pobres, sin estudios ni preparación, con actitudes incívicas, con creencias y costumbres que pueden parecer absurdos) es ignorar la enorme heterogeneidad de trayectorias migratorias, orígenes, situaciones familiares, formación, procedencia (rural o urbana), clase social e incluso de los intereses y motivaciones individuales que hay entre aquellas y aquellos que han inmigrado.

Pero tampoco debemos caer en el error de pensar que los prejuicios son unidireccionales, todo lo contrario: hay en todos los grupos sociales. Hay prejuicios y estereotipos tanto de la población autóctona hacia la extranjera como la inversa

Asimismo también hay tópicos dentro de estos dos colectivos, por ejemplo de las personas marroquíes hacia las latinoamericanas, de las catalanas hacia las que emigraron del sur de la península, y así podríamos continuar de forma ininterrumpida.

Como ya hemos comentado, muchas veces los prejuicios estereotipados aprenden y se transmiten sin contacto (o independientemente del contacto) con los miembros del colectivo prejuzgado.

Familia, amistades, relaciones de vecindad y de trabajo, y medios de comunicación son transmisores de imaginarios que no sólo no cuestiona, sino que acabamos asumiendo como propios, de manera que nosotros nos acabamos convirtiendo en la voz difusora de los estereotipos y los prejuicios asociados.

Hace unos años la Fundación Secretariado Gitano impulsó una campaña de sensibilización orientada a romper los estereotipos y prejuicios que todavía hoy hay hacia la población gitana.

Su eslogan iba orientado precisamente a poner en evidencia esta dinámica: «Nuestros prejuicios son las voces de los otros. Conócelos antes de juzgarlos ».

Sin embargo, los prejuicios estereotipados son muy difíciles de desmontar, ya que son informaciones sumamente simplificadas y, por tanto, muy fáciles de transmitir. Los hemos adquirido como certezas, como parte de nuestro «mundo dado por descontado», y ante experiencias personales que contradicen nuestras ideas preconcebidas a menudo es más fácil considerar la experiencia como una excepción a la norma que cuestionar nuestras propias aprensiones. Por ejemplo, si entre nuestras relaciones de trabajo conociéramos un musulmán licenciado en pedagogía y defensor de la causa feminista le consideraríamos un caso excepcional, o, irónicamente, un «avanzado» dentro de su colectivo, pero no como la muestra fehaciente de la heterogeneidad real entre los individuos que pertenecen a una colectividad que nosotros interpretamos.

Con esto no pretendemos negar la utilidad de los estereotipos, sino todo lo contrario: los estereotipos nos ayudan a simplificar la realidad y nos permiten decidir rápidamente qué opinamos o como comportarnos ante situaciones que no hemos vivido antes. Los estereotipos nos permiten economizar de manera muy efectiva el esfuerzo que supone interpretar constantemente la realidad social que nos rodea. Ahora bien, esto que decimos no excluye que también podamos (y debemos) ser capaces de mantener la apertura y la sensibilidad necesarias para cuestionar o, incluso, modificar nuestros clichés siempre que la realidad nos demuestre situaciones contrarias a nuestras ideas preconcebidas.

Otro aspecto clave a tener en cuenta son las consecuencias directas que pueden tener los estereotipos y los prejuicios. De hecho, el estereotipo como creencia puede llevar al prejuicio como actitud y esto a la vez puede llevar a la discriminación como forma de comportamiento:

La **discriminación cultural** conlleva actitudes y acciones de intolerancia y rechazo hacia grupos enteros de población que se perciben de manera homogénea, lo que desemboca en procesos de marginación y exclusión social. Por ejemplo, un trato discriminatorio hacia personas provenientes de países extracomunitarios puede limitar sus oportunidades en el mercado laboral y los puede relegar a puestos de trabajo menos cualificados, incluso cuando cuentan con formación y experiencia profesional suficientes para llevar a cabo otros trabajos. Si nos dedicáramos a indagar un poco más en nuestro entorno cotidiano nos sorprenderíamos de la cantidad de personas con licenciaturas universitarias que trabajan

sirviendonos el café cada mañana, limpiando nuestra oficina o cuidando de la vecina del ático.

Además, la **discriminación cultural** limita y condiciona las interacciones sociales entre grupos, lo que perpetúa durante mucho tiempo, incluso durante generaciones, situaciones de segregación y marginación social. Y eso no sólo tiene efectos negativos sobre las personas discriminadas, sino también sobre las personas que discriminan: por ejemplo, un empresario que descarta un candidato por el hecho de ser extranjero, presuponiendo que la calidad de la formación que ha recibido o la experiencia que ha adquirido en su país de origen tiene poco valor, o si considera que sus resultados en el trabajo serán inferiores, no sólo limita las oportunidades laborales de aquel o aquella que busca trabajo, sino que quizá está dejando pasar la oportunidad de contratar el profesional que más le conviene

Por otro lado, hay que prestar atención que las actitudes cargadas de prejuicios pueden manifestarse con claridad, pero también de manera **sutil o latente**.

Se suprimen los pensamientos y los sentimientos peyorativos, como si quisiera romper conscientemente con un mal hábito (Devine, 1989, 1991).

Sin embargo, las actitudes negativas a menudo persisten aunque lo hacen con expresiones más difusas. El prejuicio latente implica una respuesta emocional negativa hacia miembros de otros grupos en que los sentimientos no son tanto odio y clara hostilidad (propias de los prejuicios tradicionales), sino más bien de cierta incomodidad, inseguridad o, incluso, miedo.

El resultado es, más pronto, evitar el contacto con el otro grupo sin manifestar conductas abiertamente hostiles (Meertens y Pettigrew, 1992). Este sería, de hecho, el tipo de prejuicio más habitual en nuestra sociedad, en la que los prejuicios se manifiestan fundamentalmente en estrategias de evitación.

Muchas estrategias de sensibilización están orientadas a fomentar el conocimiento mutuo entre personas que forman parte de los colectivos entre los que hay prejuicios.

La idea detrás de estas acciones de sensibilización es que si conocemos los demás podemos poner en duda las falsas creencias y tópicos existentes.

Sin embargo, investigaciones como las de Muzafer Sherif (1967) ponen en duda esta afirmación. Según este autor, el simple conocimiento de el otro no es suficiente para desmontar estas creencias. Es necesario crear objetivos comunes, metas difíciles de alcanzar si no es con la colaboración y el trabajo conjunto de personas de ambos grupos. De esta manera, la existencia de un reto común ayudará a crear un nuevo grupo y sobre todo un nuevo sentimiento de pertenencia. Podemos mencionar aquí del potencial del deporte para cohesionar personas de orígenes muy diferentes precisamente por la capacidad de «crear unos objetivos y una identidad de equipo »compartida por todos los miembros, y que trasciende los prejuicios y estereotipos. Del mismo modo, muchos proyectos, conscientes de

este potencial, crean grupos de personas vinculados a un objetivo común para hacer prevalecer rasgos identitarios que pueden compartir más allá del lugar de origen (mujeres, jóvenes, artistas ...).

¿Cómo se forman los estereotipos y los prejuicios?

¿Porque existe en la nuestra sociedad?

¿Qué función cumplen?

El prejuicio surge de diversas fuentes: sociales, psicológicas y emocionales.

El primer aspecto, el social, señala, de entrada, que las desigualdades sociales fomentan el prejuicio. Pero también al revés, el prejuicio ayuda a justificar la superioridad económica y social de aquellos que concentran más poder.

Por tanto, el prejuicio y la discriminación se soportan entre sí: el prejuicio justifica la discriminación y la discriminación fomenta el prejuicio (Pettigrew, 1980): la población autóctona puede ver la población extranjera como poco cualificada y con una actitud hacia el trabajo poco deseable (pereza, reivindicación, irresponsabilidad ...), en definitiva, como colectivo poseedor de los rasgos que justifican que se les relegue a posiciones subalternas en el mercado laboral.

Un efecto de esto es lo que se conoce como efecto Pigmalión, según el cual el comportamiento negativo hacia alguien, por unas características específicas que no sabemos si tiene pero que le atribuimos, puede crear en la otra persona lo que hay esperábamos encontrar, puede generar el comportamiento que sostenía nuestra discriminación.

Por ejemplo, como que consideramos que las personas inmigrantes no se quieren integrar, no nos relacionamos, y de esta manera contribuimos, efectivamente, a su no integración.

Por lo tanto, más allá de la base real o empírica que puedan tener los prejuicios, se produce la ironía que nuestros propios prejuicios actúan como un mecanismo social potente que refuerza esta base real.

Hay otros elementos teóricos que ayuden a comprender los factores sociales de los prejuicios. Uno de estos factores aparece cuando dos grupos compiten por recursos escasos.

Es decir, las aprensiones hacia las personas que pertenecen a minorías étnicas están más presentes entre las personas que compiten por los mismos recursos (puestos de trabajo, ayudas económicas, espacios públicos ...), de manera que estas aprensiones son una manera de canalizar y expresar su frustración y hostilidad (Pettigrew y Meertens, 1991). Otro factor es la necesidad de estatus. Dicho de otro modo, para percibir que tenemos un estatus social

determinado necesitamos sentirnos por encima de otros grupos de personas (Myers, 1995). Esta es una explicación que ayuda a comprender las estrategias de diferenciación y las reticencias hacia la población inmigrante recién llegada por parte de algunas personas inmigradas que hace mucho tiempo que están asentadas en un territorio.

La segunda vertiente de los prejuicios es la que nos ofrece la psicología social y está íntimamente relacionado con cómo construimos nuestra identidad. Ante la pregunta «quiénes somos» podemos contestar haciendo referencia a los grupos a los que nos adscribimos y no a las atribuciones individuales.

Por ejemplo, puedo decir soy mujer, inmigrante, senegalesa, de clase media y enfermera. Ahora bien, también hace referencia a como nos vemos y sentimos nosotros.

Otra persona en las mismas circunstancias objetivas podría haber usado otras categorías sociales para definirse: soy madre, divorciada, de izquierdas y atea.

Pero, ¿de qué depende que nos identificamos con un grupo y no con otro? Y por qué, a veces, los demás nos perciben por medio de unas categorías determinadas que no se corresponden con aquellas con las que nosotros nos sentimos realmente identificados? Una mujer puede identificarse como catalana y comportarse como tal, mientras que sus vecinos no paran de tratarla como senegalesa, a pesar de haber nacido aquí, porque sus padres son de origen senegalés (Pujal y Lombart, 2006).

La teoría de la identidad social de Tajfel nos permite entender gran parte de este procesos de identificación y desidentificación. Esta teoría engloba tres procesos psicosociales: la comparación, la categorización social y la identificación.

Los tres procesos hacen referencia a la forma en que percibimos las otras personas ya nosotros mismos, y toma como base de esta percepción la pertenencia de las personas a los grupos. Por ejemplo, podemos ver un hombre vestido con corbata y que lleva un maletín. Automáticamente nosotros podemos pensar que pertenece a la categoría o grupo de ejecutivos ya partir de ahí atribuirle toda una serie de características. Por ejemplo, que se trata de una persona educada, inteligente, preparada, con estudios, seria ... De esta manera ubicamos las personas en categorías y les atribuimos las características que pensamos aquella categoría tiene. Uno de los efectos que tiene esta categorización es la visión estereotipada de los demás. Así actuamos y nos relacionan con los otros no tanto por lo que son sino por el grupo al que pertenecen y al que nosotros atribuimos unas determinadas características.

La categoría grupal, proporciona una identidad o posición social y, al mismo tiempo, funciona como prisma de la estructura y percepción de la realidad social que nos rodea. Una de las consecuencias de la categorización es que acentuamos de manera ilusoria las semejanzas entre las personas que forman parte de una misma categoría o grupo y exageramos las diferencias entre las personas que son de grupos diferentes.

Esta percepción es a la vez causa y consecuencia de la escasa interacción entre grupos de orígenes culturales diferentes: los percibimos como a muy diferentes y, por tanto, no nos relacionamos, y como que no nos relacionamos, los seguimos viendo muy diferentes. De hecho, cuanto más familiaridad tenemos con el grupo en cuestión, más percibimos su diversidad, y cuanto menos familiaridad haya, más veremos el estereotipo (Myers, 1995).

Se puede considerar que la categorización social tiene un valor instrumental en el sentido que organiza, estructura y simplifica la información que tenemos de nuestro entorno. Nos ayuda a saber cómo debemos comportarnos en determinadas situaciones a pesar de no haberlas vividas anteriormente. Pero también tiene un valor ideológico, de control social, en el sentido que estructura grupalmente la sociedad según los intereses y valores de los grupos dominantes.

Con este proceso establecemos diferenciaciones del tipo nosotros versus ellos, diferenciación que muchas veces es más fruto de una competencia y de un conflicto de intereses que de una diferencia real.

En este sentido, la categoría autóctono sólo tiene sentido cuando se trata de diferenciarse de la población inmigrante creando entre ellos diferencias mucho más débiles (lugar de nacimiento) que si habláramos de otras categorías que seguramente señalan similitudes más razonables (padres y madres, profesión, ideología política ...).

Nuestra percepción de la realidad siempre es más receptiva a las informaciones que refuerzan las creencias asumidas, vemos lo que queremos ver o que hemos aprendido a ver, mientras que las realidades que no se ajustan pasan desapercibidas con mucha más facilidad.

Si por ejemplo pensamos que las personas inmigradas tienden a la delincuencia, prestaremos más atención a las noticias sobre actos delictivos perpetrados por personas extranjeras.

En cambio, prestaremos menos atención a las informaciones que contradigan esta idea. Los medios de comunicación son grandes concedores del carácter altamente selectivo de la percepción y lo tienen en cuenta a la hora de captar audiencia.

Con este proceso de análisis selectivo, los estereotipos se autoafirman constantemente, son persistentes, y por tanto, difíciles de cambiar, aunque tengamos ante nosotros informaciones objetivas y contradictorias que podrían retractarse mismos.

La tercer vertiente de los prejuicios es la emocional.

Este aspecto es lo que hace que sea tan difícil modificar los prejuicios de las personas mediante razonamientos lógicos.

Los prejuicios no son una creencia fría sobre otros grupos, sino una creencia cargada de emociones y sentimientos, que en buena parte han sido transmitidos en el seno de las relaciones familiares, de amistad y afectivas, y que, generalmente, llevan implícito el

mensaje que los demás (el grupo prejuizado o exogrupo) son una amenaza para nuestros valores, nuestra ética o, incluso, nuestras posesiones.

Por tanto, la tarea de intentar modificar o cuestionar los prejuicios sociales es tan difícil como intentar modificar un sentimiento o una emoción, que en el caso de los prejuicios sea de animadversión. Es así como las acciones de sensibilización en relación con los prejuicios que tan sólo se basan en la utilización de argumentos racionales tienen un impacto limitado, en la medida que cuestionan la base empírica del prejuicio, pero no llegan a suscitar elementos emotivos de identificación, comprensión o valoración hacia los colectivos prejuizados.

Así pues, también hay que decir que esta base emocional de los prejuicios (Sentimientos de miedo, desconfianza, extrañeza ...) es uno de los obstáculos más importantes para el establecimiento de relaciones personales interétnicas.

Aunque no hay un sentimiento personal de rechazo, el establecimiento de relaciones interétnicas se puede ver frenado por la reprobación que estas relaciones pueden causar entre los miembros del mismo grupo (endogrupo).

Por ejemplo, el empresario que decide no contratar como comercial una persona gitana por el rechazo que pueda causar entre su bolsa de clientes, o quien decide no festejar con alguien por ser de otra religión porque teme la reacción de su familia.

Finalmente, los prejuicios también son causa de “contraprejuicios”.

Percibir las actitudes de rechazo y la exposición a situaciones discriminatorias puede crear entre las minorías desconfianza y actitudes defensivas hacia el resto de la población, y hace que muestren más suspicacia, susceptibilidad y orgullo incondicional hacia la propia comunidad.

En algunas ocasiones, estas situaciones de discriminación no son reales o no se han vivido en primera persona, pero entre el mismo grupo se insiste tanto en su existencia que se favorece la percepción. Hablamos, por ejemplo, los discursos que victimizan constantemente la población extranjera y culpan a la población autóctona de todos sus males.

Los contraprejuicios son, de alguna manera, el cierre de un círculo vicioso de prejuicios que nutre situaciones de discriminación y segregación social.

Los rumores que hoy día escuchamos podrían considerarse una modalidad moderna de lo que conocemos como «leyendas urbanas», historias que se transmiten por medio del boca oreja, que atraviesan fronteras y que penetran en amplias capas de la población y llegan a convertirse en parte de el imaginario colectivo. En palabras de Allport y Postman (1967), son «rumores cristalizados ».

Preocupados por la importancia y el impacto que los rumores pueden tener en épocas de guerra, en el funcionamiento de las organizaciones o incluso para la salud pública, desde el

ámbito de las ciencias sociales han sido varios los autores que han abordado esta problemática.

Uno de los autores más recientes, Sunstein (2010), nos ofrece una de las definiciones más acertadas para aproximarnos al tema que tratamos aquí, los rumores en torno a la población extranjera.

Según este autor, los rumores son declaraciones sobre personas, grupos o eventos que se difunden de una persona a otra sin que se demuestre su veracidad, que tienen credibilidad no porque haya pruebas directas que las sostengan sino porque hay mucha gente que se las cree.

Así, a menudo los rumores nacen y circulan con éxito para que se adecuen a las convicciones previas de quien los acepta (escucha, cree y difunde), al tiempo que los apoya y los fortalece.

Esta **definición vincula directamente los rumores con los estereotipos y prejuicios** como la razón principal por la que unos rumores y no otros son aceptados por las personas.

Entonces

¿por qué aceptamos los rumores, incluso aquellos que son inverosímiles y destructivos?

¿Por qué algunas personas se creen los rumores mientras que otros los consideran absurdos?

2.2.1. Importancia y ambigüedad

Allport y Postman (1947) fueron los primeros autores en señalar la importancia y la ambigüedad como los principales factores que condicionan la predisposición a creerse o no un determinado rumor. Incluso llegar a establecer la fórmula probablemente más extendida para explicar la difusión de los rumores.

Según estos autores, la cantidad de rumor será el resultado de la multiplicación de su importancia por su ambigüedad. La importancia se refiere a que el contenido del rumor haga referencia a algún aspecto, evento o hecho que sea relevante o afecte directamente a la persona que la escucha:

«Por ejemplo, no podría esperarse que un ciudadano de los Estados Unidos difundiera rumores sobre el precio de los camellos en Afganistán, ya que el asunto no tendría importancia para él. No estará dispuesto a esparcir chismes sociales de una aldea albanesa, porque poco le importará lo que allí hagan »(Allport y Postman, 1967. P. 16).

Por otra parte, si un rumor es preciso, con nombres de personas concretas, fechas, lugares ... , estará más abierto a ser cuestionado por parte de quien la escucha.

En cambio, si es ambiguo será más difícil de desmontar.

Por ejemplo, el rumor según el cual los restaurantes chinos se sirve carne de perro es lo suficientemente cercano y relevante, dado que se trata de restaurantes a los que todo el mundo ha ido en un momento u otro, y bastante ambiguo, porque no se habla de un restaurante en concreto, sino de un tipo de restaurante.

Rosnow (1991) añadió años después a esta ecuación dos factores muy importantes que hacen referencia al contexto y que facilitan o no la difusión de los rumores.

Nos referimos a la posibilidad de que estos rumores se den en situación de incertidumbre generalizada ya la ansiedad que esta incertidumbre pueda generar entre la población.

Así, si un grupo se encuentra en unas circunstancias difíciles o de peligro muchos de sus miembros estarán enfadados y querrán dar las culpas a alguien.

Los peores eventos producen agravios a otras personas, y cuando alguien se siente agraviado es más probable que acepte rumores que justifiquen su estado de ánimo y apunten a un culpable.

Este es un factor que nos puede ayudar a entender por qué, ahora más que nunca, escuchamos más rumores a nuestro alrededor.

2.2.2. La influencia de los otros

Sunstein (2010) nos ofrece una más amplia panorámica que tiene en cuenta la influencia que los demás, el grupo del que formamos parte y que difunde el rumor, ejerce sobre nuestra predisposición a creérselo el o no. Concretamente, el autor hace referencia a tres fenómenos diferentes:

- 1) Las cascadas de información:** a menudo los rumores se difunden por cascadas de información. La dinámica básica que hay detrás de estas cascadas es simple: en el momento en el que una determinada cantidad de gente parece creerse un rumor, otros también lo harán, salvo que se tengan buenas razones para creer que este rumor es falso. Dado que la mayoría de los rumores están relacionados con asuntos sobre los que la gente no tiene un conocimiento directo o personal, se suele dejar en manos de la multitud. Así, si la mayoría de la gente que conocemos se cree un rumor, nosotros tres también nos inclinaremos a creerlo. A falta de información propia, aceptamos las opiniones de los demás. Por supuesto, las personas pueden tener diferentes niveles de información cuando entran en contacto con un rumor. Muchos pueden desconocer completamente el tema. Así, una vez escuchan algo plausible pero preocupante, aquellas personas que no tienen más información pueden creerse lo que escuchan si no saben nada que apunte en dirección contraria. Otras personas pueden tener una cierta información, aunque no suficiente por contradecir las opiniones de otras en las que confían. Finalmente, tendríamos la gente que sí tiene información relevante y plausible pero que, sin embargo, pueden tener motivos para aceptar el falso rumor. Según el autor, muy a menudo la difusión empieza por la

gente que tiene poca o ninguna información sobre el tema ya medida que aumenta el número de «creyentes», termina en boca de otros que sí tienen más información pero que la acaban aceptando porque «tanta gente no puede estar equivocada». El resultado es que amplias capas de población terminan creyéndose un rumor incluso cuando este es infundado.

- 2) Las cascadas de conformismo:** A veces las personas se creen un rumor porque otros también lo hacen. Pero, en otras ocasiones, sólo actúan como si se les creyeran. Se censuran a sí mismos para estar de acuerdo con la mayoría. Así, las cascadas de conformismo ofrecen otra explicación sobre cómo se difunden los rumores. Según esta teoría, en ocasiones las personas falsean su propia opinión o conocimiento, o como mínimo pasan por alto sus dudas, cuando se encuentran ante las opiniones manifiestas de la masa. Así, en una cascada de conformismo, las personas se alinean con el grupo para no enfrentarse a la hostilidad de los demás y mantener la buena opinión que puedan tener sobre ellos, sin manifestar sus opiniones o dudas.
- 3) La polarización del grupo:** Desde el ámbito de la psicología social, se considera que cuando las personas con ideas afines reflexionan, normalmente acaban adoptando una posición más extrema de la que tenían antes del debate (Brown, 1986). En el contexto de la transmisión de rumores, las implicaciones son sencillas: cuando los miembros de un grupo tienen una suposición previa y escuchan un rumor que avala esa creencia, el diálogo interno reforzará la idea de que lo que piensan es cierto. El intercambio de información intensifica las creencias existentes. Según esta teoría, la opinión de las personas se vuelve más extrema cuando hay rumores de que la secundan, y porque han adquirido confianza después de saber que otras personas comparten sus opiniones. Este fenómeno tiene un papel muy importante en la aceptación y transmisión de rumores. Cuando alguien escucha que las personas extranjeras tienen un trato de favor ante la administración pública, puede indignarse, no necesariamente para que se sienta indignado, sino para demostrar que comparte las mismas convicciones que los integrantes del grupo del que forma parte. Incluso los miembros de aquel grupo parecerán fuertemente convencidos de este hecho, mientras que en la intimidad puedan dudar de los motivos por los que la administración beneficia a unos respecto a otros.

2.2.3. Prejuicios y estereotipos como sustrato de los rumores

Según lo que acabamos de exponer, una buena forma de combatir los rumores podría ser ofrecer a la gente información objetiva y reemplazar las falsedades para la verdad.

Sin embargo, la experiencia nos demuestra que no es tan fácil, la principal razón es la existencia de prejuicios y estereotipos previos que nos hacen más resistentes a esta información. Como ya hemos visto en apartados anteriores, no procesamos la información de manera neutral.

Nuestra percepción sesgada y selectiva hará que aceptamos la información que da apoyo a nuestras creencias anteriores, y que descartamos o pasamos por alto aquellos hechos e informaciones que las ponen en duda.

Así, si nosotros intentamos desmentir un rumor que hemos sentido a partir de ofrecer información como estadísticas, hechos o teorías debemos ser conscientes que podríamos obtener el efecto contrario:

En primer lugar la corrección puede molestar a la otra persona y hacer que se ponga a la defensiva y refuerce aún más lo que ya pensaba o, incluso, que radicalice su discurso.

En segundo lugar, aunque poco razonable, la misma existencia de una corrección puede ayudar a confirmar que la creencia previa era verdad. «¿Por qué deberían esforzarse en refutar una afirmación si no es porque tiene algo de verdad?»

En tercer lugar, la corrección centrará la atención de las personas en el tema que debaten, y el hecho de centrar la atención en esto quizás refuerce la necesidad de posicionarse sobre el tema.

Finalmente, hacer referencia a la legitimidad de la fuente. Es difícil que las personas se dejen convencer por aquellos que están implicados en el mismo rumor en partir de ofrecer informaciones, por muy objetivas y fehacientes que puedan parecer.

Siguiendo con el ejemplo de los restaurantes chinos, difícilmente la gente creará los argumentos del propietario de un restaurante chino para desmentir el rumor («Es claro, tú qué tienes que decir? »).

Precisamente por su implicación en el tema se puede suponer que detrás de la información hay un interés personal.

En cambio, si la opinión proviene de alguien que se pueda considerar «los suyos», es decir, que se pueda ver más próximo y legítimo a la hora de ofrecer una información, puede implicar una predisposición más alta.

Como ejemplo, hace pocos meses el Ayuntamiento de Reus tuvo que hacer frente al rumor según el cual los Servicios Sociales ofrecían cheques regalo a los inmigrantes para cambiar en las tiendas de puericultura de la ciudad. La estrategia que siguieron para **desmentirlo fue la de buscar aliados**.

El propietario de una de estas tiendas salió públicamente, junto a los concejales, para denunciar la falsedad de esta información.

3. Conocerse uno mismo. Despertar la conciencia crítica

EJERCICIO INICIAL

A continuación podrás leer cuatro breves biografías que corresponden a cuatro personajes diferentes. Lee con atención y luego elige el personaje que crees que corresponde a cada historia:

Biografía 1

Nació en el barrio Gótico de Barcelona. Desde la niñez, siempre ha sido una persona apasionada. Muy independiente, siempre ha luchado por lo que ha querido. Y su sueño era estudiar biología, carrera que comenzó cuando ya era lo suficientemente grande para que nadie confiara mucho que la acabaría. Pero lo ha hecho, se ha licenciado. Se casó muy joven, a los diecinueve años. no ha tenido hijos, ha preferido centrarse en su carrera profesional. Cuando tiene tiempo, intenta estar al lado de los suyos y hacer alguna escapadita a París, su ciudad predilecta. Catorce son las ciudades que ha visitado de todo del mundo. Piensa llegar hasta la veintena antes de cumplir los cuarenta. En la trabajo, es una persona muy profesional y seria pero no duda en regalar una sonrisa a todo aquel que lo pueda apreciar.

Biografía 2

Es una persona carismática por naturaleza. Ama su Buenos Aires natal, pero desde hace veinte años vive en Manresa, junto a sus compañeras que la acogieron como una más. Ejemplo de solidaridad, ha cultivado la mente y el cuerpo siempre poniéndolos al servicio de los demás. Es una persona trabajadora de clase, incansable. Siempre tiene unas palabras de apoyo para a quien las necesita. Nació en el seno de una familia que pertenecía a la oligarquía argentina en el junto a siete hermanos. Siempre ha estado muy vinculada al trabajo con las personas empobrecidas. Ha recorrido todo el mundo y también ha cultivado las letras. Entre otras cosas, escribe. Y no lo hace nada mal. Le gusta la vida contemplativa. A pesar de estar rodeada de gente más bien tradicional y conservadora, su tendencia natural es la izquierda, políticamente hablando. Su lema es vivir con ilusión y pasión. Este es su reto cotidiano.

Biografía 3

De padres exiliados, llegó a España a mediados de los noventa y se licenció en derecho en la Universidad de La Laguna, en Tenerife. Luego se trasladó en Madrid, donde amplía sus estudios centrados en el análisis del derecho comparado. Allí conoce a la que es su actual pareja. Y sale del armario. Aunque no le ponen las cosas fáciles, consigue casarse con ella. En sus ratos libres, practica con la guitarra imitando uno de sus ídolos, Andrés Calamaro. Lee Almudena Grandes y admira Woody Allen. Uno de sus sueños es aparecer en alguna de sus pelis. Combina la su trabajo y su afición con una actividad comprometida de lucha en defensa los derechos de las personas gays y lesbianas.

Biografía 4

Deportista de élite que ha ganado más de diez medallas en diferentes juegos olímpicos, al tiempo que ostenta varios récords del mundo. En su modalidad es el / la mejor deportista español / a de la historia. Años atrás, perteneció a un comando del GRAPO que asesinó al presidente de la patronal sevillana. Condenado / a y encarcelado / a, protagonizó una durísima huelga de hambre que duró más de 365 días. Después de salir de la cárcel, abandonó su actividad terrorista y se dedicó al deporte. Y la natación era lo que se le daba mejor. Entrenando duramente, consiguió ganar algunos campeonatos regionales, después mundiales, hasta llegar a los Juegos Olímpicos.

Ahora contesta a la pregunta: ¿Qué personaje crees que corresponde a cada biografía?

- Una monja de clausura
- Una persona paralítica
- Una mosso d'esquadra
- Un diputado del parlamento

Algunas consideraciones

Las biografías descritas en este apartado están inspiradas en personajes reales.

Una moza de escuadra que ha luchado por cumplir su sueño, ser bióloga.

Una monja de clausura «de izquierdas».

Un político gay fan del rock de Calamaro.

Y un paralítico ex miembro de los GRAPO y ganador de diez medallas de oro de natación.

Pero, ¿qué os ha pasado por la cabeza cuando le hemos preguntado a qué personaje correspondía cada biografía?

Quizá «a ninguno de ellos», o quizá «a cualquier de ellos ». Como mínimo seguro que os han resultado un poco curiosas. ¿Excepciones quizá? O parte de una realidad que muchas veces está escondida en las grandes generalizaciones, en los estereotipos y prejuicios que todos nosotros tenemos

Quizá no hacia la población extranjera, bien porque forman parte de nuestro círculo más cercano, bien porque incluso nos podemos sentir identificados.

Sin embargo, desarrollar un papel como el de agentes antirrumores nos obliga a hacer una reflexión interna importante. Y es que todos tenemos prejuicios y estereotipos. Todos desarrollamos una percepción sesgada que nos ayuda a ver en nuestro entorno lo que queremos creer y que corrobora lo que ya pensábamos. Todos nos podemos mostrar reticentes cuando alguien intenta poner en duda nuestras convicciones más profundas. Pero ¿cómo podemos pedir a los demás un cambio en estas concepciones si no somos capaces de hacer una autorreflexión y estar abiertos también nosotros a cambiar nuestra manera de ver el entorno?

Durante una sesión formativa de agentes antirrumores una chica explicó el rechazo que sintió por parte de su entorno más cercano cuando presentó su nueva pareja, un hombre musulmán. El miedo y el recelo se apoderaron de sus amistades y sus familiares que se esforzaban en convencer a la chica de todo lo que les hacía ser diferentes y que imposibilitaba su unión. Los asistentes a aquella sesión formativa se mostraron empáticos con la historia, compartieron el sentimiento de indignación e injusticia que exponía la chica. La reacción no fue igual de empática cuando otra chica compartió la siguiente reflexión con el grupo: «Mi entorno no rechazaría mi relación con un chico musulmán. Pero sí con un mosso d'esquadra ».

Las personas extranjeras que viven en Cataluña no son las únicas sobre las que recaen un gran número de tópicos y falsas concepciones. Hay muchos otros colectivos que tienen que luchar día a día por el imaginario que prevalece sobre ellos. El cura conservador, la política trepa y corrupta, el discapacitado indefenso y débil, la funcionaria perezosa y con mala cara, el gay con pluma, el alemán cabeza cuadrada, y seguramente entre todos, haciendo un poco de auto crítica sobre nuestras propias concepciones, podríamos hacer esta lista interminable.

Y respecto a los rumores, realmente sería difícil afirmar que nunca nos hemos creído un rumor absurdo o incluso que nunca lo hemos difundido. Seguro que todos nosotros hemos escuchado alguna historia conspiradora sobre algún gobierno o algún dirigente corrupto. O sobre los efectos cancerígenos de un refresco o alimento. O sobre la estrategia de expandir piojos en las escuelas por parte de las farmacéuticas. O sobre la ideología racista de famosos diseñadores de moda. O el apoyo al terrorismo de un grupo de música pop, etc. Ahora pensad, qué pruebas teníais para creer estas historias? Estabais realmente seguros de que lo que se decía era verdad?

Quizás algunas de estas historias tenían el apoyo de datos, estudios y pruebas, pero seguro que muchas otras no. Entonces, ¿qué nos convenció? quizá la credibilidad de quien nos lo explicaba? Las creencias previas que teníamos sobre los funcionamiento de los gobiernos, las farmacéuticas o el mundo de la moda? El amplio consenso y credibilidad que tenían estas versiones en nuestro entorno de referencia?

En definitiva, lo que intentamos poner en evidencia con esta reflexión es que no somos diferentes de las personas a las que como agente antirumores queremos sensibilizar. En este sentido, la empatía debe empezar por reconocer los nuestros propios estereotipos o prejuicios y nuestra implicación en la propagación de rumores que no sabemos si son ciertos. El diálogo constructivo, incluso lo que iniciamos con la finalidad de sensibilizar, sólo es posible desde el reconocimiento del otro como un interlocutor válido, con quien es posible intercambiar conocimientos y experiencias. Conseguir provocar un cambio en los demás debe empezar siempre por un cambio en uno mismo.

4. Preparación de la estrategia: las habilidades comunicativas en la sensibilización cara a cara

Las claves del pensamiento estratégico a las que hemos hecho referencia hasta ahora son elementos previos a la acción. Elementos preparatorios que nos ayudan a comprender al que nos enfrentamos internamente y externamente. En este apartado abordarán, ahora sí, los elementos que hacen referencia a la acción en sí misma.

¿Qué debemos hacer en el momento que decidimos actuar ante un rumor o un prejuicio detectado.

En los capítulos anteriores hemos evidenciado la existencia de multitud de rumores, estereotipos y prejuicios en torno a colectivos de origen geográfico y cultural diverso presentes en nuestra ciudad. Personas provenientes de otros países o segundas generaciones que a pesar de haber nacido aquí siguen siendo etiquetados de extranjeros y son a menudo señalados como causantes del incivismo en la ciudad o de la saturación de servicios públicos como la sanidad, la educación o los servicios sociales, entre otros. Todos nosotros hemos escuchado este tipo de rumores en nuestro entorno, en el trabajo, en la escuela de nuestros hijos, en el mercado o incluso en reuniones familiares.

¿Qué actitud debemos mostrar ante este tipo de comentarios?

Desgraciadamente, en la mayoría de situaciones, muchos de nosotros simplemente escuchamos, o mejor dicho sentimos, y en contadas ocasiones rebatimos estos comentarios y rumores. Las malas experiencias o directamente el miedo al enfrentamiento nos hacen mantenernos pasivos. Ahora bien, entendemos que las personas que se erigen como agentes antirumores adquieren un compromiso para no sólo escuchar, sino también para actuar.

En este apartado intentaremos desarrollar una estrategia de acción que no sólo pretende dar argumentos de respuesta ante los rumores que escuchamos, sino que sobre todo aporta herramientas para lograr una comunicación más eficaz y establecer un diálogo productivo y positivo con las personas a las que intentamos sensibilizar.

Es probable que esta sea una de las principales razones por las que ahora, cuando sentimos según qué comentario, nuestro pensamiento interno nos hace pensar en cómo será de insoportable aquella conversación, o que por nuestra mente pasen pensamientos como «*¿a ver cómo salgo ahora, de eso?*» o «*¿y qué le digo yo ahora?* ».

Mantener una actitud positiva frente a estas situaciones es un elemento clave que condicionará el tipo de respuesta que damos. O no crees que cambiará tu manera de actuar si en vez de estos pensamientos te pasan otras como «*perfecto, otra situación para practicar lo que he aprendido y ponerme a prueba*». Mantener la mente abierta y tratar de aprender de las diferentes experiencias que tenemos y, sobre todo, de las personas con las que interactuamos es fundamental para emprender este reto con la energía que requiere.

Una vez emprendemos este reto con una actitud positiva, te proponemos desplegar toda una serie de técnicas comunicativas que pensamos que pueden ayudarte a maximizar los resultados que puedes obtener en este proceso de sensibilización. Se trata de técnicas que pueden parecer fáciles de explicar y entender, pero que sólo pueden llegar a ser dominadas mediante el entrenamiento y la puesta en práctica (Fine, 2008). Los resultados esperables son:

Más respeto: La comunicación cotidiana está basada en gran medida en la imitación (por ejemplo, yo levanto la voz y el otro levanta la voz, yo sonrío y el otro también lo hace). En el momento en que asumimos una actitud de respeto hacia su interlocutor, ejerce una influencia sobre la persona invitándola a tener la misma actitud hacia nosotros.

¿Has estado en alguna situación en la que notas que la otra persona te mira y habla con descortesía, depreciando tus argumentos y poniendo en duda tus intereses?

Ahora piensa en la predisposición con la que después has escuchado los sus argumentos. ¿Habrías respondido de manera diferente si su actitud también hubiera sido otra?

Más influencia: Cuando eres honesto y atento, tienes más posibilidades de conseguir la participación de los demás y alcanzar consensos o despertar puntos de encuentro en las

opiniones expresadas. También es más probable que consigas lo que te propones con argumentos que no lamentarás en el futuro.

Por ejemplo: ¿crees que podrás conseguir un cambio de opinión en tu interlocutor si directamente lo acusas de racista?

Más comodidad en casos de conflicto: Desmentir un rumor, poner en evidencia un estereotipo o prejuicio puede comportar una situación un tanto conflictiva. Sobre todo porque cuestiona formas de pensar que están muy arraigadas y que pueden representar los valores de la otra persona. Conseguir responder a estas situaciones, y no reaccionar defensivamente, es decir, controlar nuestros propios sentimientos para centrarnos en los elementos de la comunicación, nos ayudará a vivir con menos estrés la situación y controlar mejor nuestras respuestas escuchando y haciendo empatía con la persona con la que estamos hablando.

4.1. La empatía y la sinceridad como base de la comunicación eficaz

Por muy obvio que nos pueda resultar a nosotros lo que estamos diciendo, por muy convincente que nos pueda parecer el argumento de que intentamos transmitir ..., no siempre conseguimos «llegar» a nuestro interlocutor.

¿Dónde está el problema? ¿En qué estamos fallando?

Aristóteles hace ya más de 2.300 años sentó las bases de la comunicación con éxito. Según este autor la empatía y la sinceridad son dos de los elementos básicos para mejorar la predisposición de nuestro interlocutor y lograr que comprenda y interiorice el mensaje que estamos intentando transmitir (Borg, 2007).

Para comunicarnos realmente de manera efectiva debemos ser empáticos y tener la capacidad de descentrarnos. La empatía significa que más o menos sentimos y entendemos lo que la otra persona está viviendo. Para ello debemos ser capaces de descentrarnos de nuestra propia experiencia, es decir, ser conscientes que vemos las cosas desde nuestra propia y limitada perspectiva.

Así podremos entender que las otras personas pueden experimentar las cosas de manera diferente a como nosotros lo haríamos, y así nos ponemos en su lugar (Qureshi, 2009).

El punto de partida para despertar la empatía es precisamente no ver nuestro interlocutor como «*el enemigo que hay que derrotar*», como el opositor a quien nos hemos de enfrentar

En el capítulo anterior hemos intentado poner en evidencia que todos nosotros tenemos prejuicios o estereotipos, ya sea hacia las personas de diferentes orígenes o culturas, o hacia otros muchos colectivos fuertemente estigmatizados.

Y como todos nosotros, en un momento u otro, nos creemos determinadas afirmaciones sin tener información contrastada y fehaciente sólo porque reafirman creencias que ya nos son propias. Precisamente lo que intentamos es despertar la conciencia crítica de todos, desdibujando las categorías de «*nosotros*» contra «*los otros*» y haciéndonos más cercanos a las personas a las que intentamos sensibilizar, seguramente mucho más cercanas de lo que a primera vista podemos pensar. Entender por qué aquella persona piensa como piensa y dice lo que dice es el primer paso para empatizar, aunque no estemos de acuerdo con los argumentos que esgrime.

En última instancia, la empatía se basa en la sinceridad. La sinceridad es esencial para sentir empatía, pero ser sincero no basta, hay que transmitirlo a la otra persona. Si muestras sinceridad, es decir, que realmente te importan los sentimientos, problemas y preocupaciones del otro, las conversaciones adquieren un tono diferente. La otra persona es más receptiva a tus preguntas, te explicará más cosas, y eso te ayudará a dirigir la conversación por el camino que buscas.

Pero recuerda: la confianza se da en las relaciones, no en la personalidad de alguien. Por tanto, hablamos de un aspecto que hay que trabajar y no tanto de una calidad inherente a la persona. Así la empatía y la sinceridad son dos cualidades que han demostrado mejorar los procesos de la comunicación (Borg, 2007) y, por tanto, el éxito de un individuo a la hora de acercar su interlocutor a su punto de vista. ¿Cuáles son los elementos que nos ayudan a desarrollar la empatía en la comunicación y demostrar a nuestro interlocutor?

1.1. La escucha activa

El acto de comunicarnos empieza por la habilidad de escuchar lo que los demás nos tienen que decir. Pero escuchar es algo más que estar callados mientras el otro nos habla. La escucha activa nos debe ayudar a comprender los pensamientos, sentimientos y acciones de la otra persona.

Con demasiada frecuencia, pensamos que la escucha es una actividad pasiva. Demasiado pasiva, y sentimos la necesidad constante de hablar. Seguro que en más de una ocasión has podido conocer a personas que parecen tener la necesidad de hablar compulsivamente, interrumpiendo con consideraciones superfluas. Hacen intervenciones que no aportan nada constructivo a la conversación o que incluso pueden desviarla del tema principal. Esta actitud radica en una creencia errónea según la cual hablando constantemente están comunicando, sin tener en cuenta que la escucha atenta también forma parte de la comunicación.

Eso sí, escuchar no es únicamente no decir nada mientras el otro habla, sino extraer un sentido de lo que nos dice, y no sólo con palabras. Más adelante hablaremos también de cómo escuchar es algo más que prestar atención a las palabras que dice nuestro interlocutor, nos referimos a escuchar la globalidad de la persona, que nos dice con su cuerpo, qué intención da a las palabras con el tono de voz que utiliza, etc.

¿Qué hay que evitar para escuchar activamente?

Uno de los principales obstáculos para la escucha efectiva es la velocidad con que pensamos. Si bien podemos decir entre 120 y 150 palabras por minuto, nuestra mente nos permite pensar a una velocidad de 600 o 800 palabras por minuto. Así podemos pensar mucho más deprisa de lo que cualquiera puede hablar, aproximadamente, pensamos cuatro o cinco veces más deprisa de lo que hablamos, e ahí que tendemos a pensar sobre otras cosas y no sólo acerca de lo que se está diciendo.

El pensamiento de quien escucha siempre va por delante de la persona que habla. Cuando escuchamos a otras personas nuestra mente tiene tiempo de desviarse de las palabras que se dicen. Por eso, muchas veces perdemos la concentración e inclusive empezamos a pensar en otras cosas que en aquel momento absorbente. (Borg, 2007).

¿No te ha pasado nunca que no se sabe como, cuando escuchas a alguien, acabas pensando que tienes que hacer la compra para la cena de aquella noche?

Cuando el tema de conversación es un rumor que queremos desmentir, el problema es que mientras la otra persona nos habla, nosotros ya estamos pensando en que discurso podemos utilizar para contraargumentar.

Pero recuerda, no existe el argumento perfecto, lo que tenemos que encontrar es el mejor argumento para la persona con la que estamos hablando.

Si no lo escuchamos antes, difícilmente encontraremos la respuesta idónea. Puede parecer que estás escuchando, pero en realidad estás únicamente esperando el turno de palabra.

La forma en que escuchas y respondes a otras personas es muy importante para mejorar el acto de la comunicación y la relación en sí. Si escuchas empáticamente estás transmitiendo que te interesa todo lo que la otra persona dice y haces un esfuerzo para entender su punto de vista. Si haces lo contrario, la otra persona se dará cuenta y perderá el interés por seguir hablando: *«Para a que, si no me escucha»*.

Por lo tanto, no sólo hablamos de escuchar, sino también de demostrar que la estamos escuchando. Así la persona con la que hablamos se sentirá más cómoda, nos mostrará su perspectiva de manera más abierta y nos permitirá así entenderla mejor. Además, debemos tener presente que cuanto más interés mostremos por lo que nos dicen los demás, con más predisposición se mostrarán ellos para escuchar lo que nosotros diremos.

¿Cómo podemos mostrar que escuchamos activamente? (Borg, 2007)

No interrumpir: Interrumpir es un signo que no estás escuchando, o que estás deseando desviar la línea de razonamiento del otro en favor de la tuya propia, o que eres una de las tantas personas a las que les gusta más hablar que escuchar. Es menos probable que la otra

persona te escuche atentamente. La próxima vez que te interrumpan piensa un segundo cómo te has sentido. ¿Tienes ganas de continuar la conversación con esa persona?

No termines las frases del otro: Otra costumbre bastante desagradable, cuando se da de forma reiterada, es acabar las frases de quien está hablando. Esto no quiere decir que no puedas hacerlo puntualmente, por ejemplo, cuando la persona se atasca y no encuentra la palabra adecuada para lo que debe expresar.

Ahora bien, no dejes que se convierta en un hábito. Si lo haces muy a menudo puedes irritar a tu interlocutor hasta el punto que sienta que no controla sus propias ideas. Además, debes tener presente que puedes equivocarte en tu razonamiento y presuponer un final equivocado, inclusive que puedes llegar a encontrar nuevos razonamientos o rumores en los que ya estás intentando hacer frente. No presuponer lo que nuestro interlocutor nos debe decir puede evitar que caigamos en equívocos y nos ayudará a entender mejor lo que el otro está argumentando. En el tema concreto de lo que hablamos, seguro que muchos de nosotros tenemos la sensación de haber escuchado tantas veces los mismos rumores que prácticamente los podríamos reproducir sintiendo «*Los primeros acordes de la canción*». Ahora bien, recuerda que a todos nos gusta sentirnos escuchados y que si lo haces, si escuchas hasta el final, es posible que descubras argumentaciones que pueden resultar de utilidad en tu razonamiento y en futuras ocasiones.

Ejemplo:

Vecina: ¿Has visto la de chinos que están abriendo tiendas en el barrio? Como si no tuvieramos bastante con los locutorios que ya había. Si es que es una invasión, así no me extraña que tengan que cerrar las otras tiendas. Claro como que no ...

Agentes antirrumores: (Interrumpiendo-la) No pagan Impuestos ni respetan los horarios comerciales. ¿Pero como lo sabe usted eso?

(Piensa que al no escuchar lo que iba a decir, el agente antirrumores ha dado por supuesto que la vecina reproducía dos rumores que están bastante extendidos, pero quizás sólo en reproducía uno de ellos o inclusive otro diferente.)

Hablar por encima de la otra persona: Otro mal hábito es hablar por encima del otro mientras habla. De esta manera estamos transmitiendo que no nos interesa en absoluto lo que el otro nos está contando o, lo que es peor, que lo que nosotros le explicaremos es más acertado e importante. Todos en algún momento hemos hablado por sobre otras personas, por la excitación, el deseo de mostrar empatía o simplemente la intención de desmerecer al otro. Ahora bien, recuerda que si la persona no se siente escuchada difícilmente nos escuchará a nosotros. Si esto lo hacemos a menudo, hay que evitarlo y el primer paso es despertar la conciencia y prestar atención para no repetirlo.

Parafrasear: Escuchar empáticamente es la clave para fomentar las relaciones interpersonales. La técnica de parafrasear es muy poderosa, ya que permite que la persona que nos está hablando vea las ideas y sentimientos que ha expresado desde el punto de vista de la otra persona. Cuando tú parafraseas no estás añadiendo nada nuevo al mensaje, sino devolviendo el sentido de lo que has entendido. Quién ha escuchado está simplemente explicando a quien ha hablado, utilizando sus propias palabras, lo que interpreta de lo dicho. De esta manera damos el mensaje que estamos intentando entender lo que nos dicen y seguramente esto será muy valorado como muestra de escucha. Además, esto permitirá a nuestro interlocutor tener una perspectiva más clara de las implicaciones de su línea de pensamiento. Unas implicaciones de las que puede no ser consciente.

Ejemplo:

Agentes antirrumores: ¿Así que estás molesta porque los dueños de los comercios donde ahora compras no son catalanes o españoles, sino que son extranjeros?

Vecina: Bueno, yo ... No es exactamente lo que quería decir, de hecho no compro allí, compro en el supermercado de la Rambla. Pero me gustaba más cuando iba a comprar en casa de Rosita. Aquella carnicería que había en la esquina, ¿la recuerdas?

Agentes antirrumores: Ah, claro, nosotros también íbamos cuando éramos pequeños, ¿no? ¿Y por qué cerró?

Vecina: Cerró cuando abrieron el súper. Pero yo a ella la conocía de toda la vida y ya me separaba la carne que nos gusta en casa.

Agentes antirrumores: Sí, claro. ¿Has probado a ir a alguna de estas carnicerías nuevas? Seguro mujer, que encontrarás una que tenga también carne muy buena y acabarán conociendo sus gustos. ¿Da igual si lo lleve una familia extranjera? Como ahora vamos todos a comprar al supermercado ya no quedan muchas tiendas pequeñas.

Te propongo que lo pruebes una temporada y ya me contarás.

Tenemos muchas más posibilidades de ser escuchados y tenidos en consideración si podemos llegar al fondo del razonamiento de la persona con la que hablamos. Las personas más carismáticas son aquellas que tienen la capacidad de sentir y expresar fascinación por que la otra persona les está explicando.

Hacer preguntas para mostrar interés y entender bien el razonamiento del otro: La escucha activa implica entender mejor la persona con la que estás hablando y esto no siempre es fácil. Por este motivo, en ocasiones tendrás que hacer preguntas que te permitan averiguar

cuál es el razonamiento que puede haber detrás de una argumentación. No tengas miedo de preguntar, porque si entiendes bien su razonamiento y los sentimientos que hay detrás podrás adecuar tu respuesta a la de tu interlocutor. La mejor manera de ganarte la voluntad de tu interlocutor es manifestar interés con humildad, respeto y educación. Intenta ofrecer explicaciones que tengan en cuenta su propio punto de vista. Piensa que preguntando también puedes descubrir si detrás de su argumento hay alguna preocupación subyacente.

Ejemplo:

Ciudadano: En Servicios Sociales hay que ir con un pañuelo en la cabeza para que te den una ayuda. Si eres de aquí seguro que no te lo dan!

Agentes antirrumores: ¿Cómo lo sabe, esto? ¿Usted necesita alguna ayuda?

Ciudadano: Yo no pero mi hermana sí. Dentro de nada la echarán del piso. La pobre no puede pagar la hipoteca.

Agentes antirrumores: ¿Y ha ido a Servicios Sociales a preguntar por su situación? Este servicio tiene unas normativas legales y criterios que no valoran en ningún momento ni la nacionalidad ni la religión de la persona que lo pide. Si su hermana lo necesita, los profesionales del servicio valorarán su caso y tal vez le pueden ofrecer alguna alternativa.

Además, la pregunta puede ser también una gran herramienta de reflexión, inclusive puedes sustituir tú el argumento a partir de preguntas que hagan reflexionar a la persona sobre las implicaciones de lo que está argumentando.

Ejemplo:

Compañero de trabajo: Estoy muy preocupado. A Juana, mi hija, le ha tocado la escuela del barrio.

Agentes antirrumores: ¿Y cuál es el problema?

Compañero de trabajo: Hombre, que no sabes que la escuela del barrio está llena de inmigrantes?

Agentes antirrumores: Y. ...?

Compañero de trabajo: Pues que estos chavales de ahora no se enteran de nada y así mi hija no avanzará nunca.

Agentes antirrumores: Hombre, puedo entender que estés preocupado por la educación de

tu hija, todos lo estamos. Pero, ¿cómo sabes que el hecho de ir con chicos de otros países puede perjudicar su aprendizaje? ¿Y si pasa lo contrario?

Antes de preocuparte, quizás puedes ir a hablar con la directora del centro para que te explique bien qué proyecto educativo tienen. Quizás también puedes pedir información directamente a otros padres de alumnos de la escuela. Y si te gusta lo que te explican, por qué no pruebas un año y si realmente no te gusta la escuela la cambias? Total, ir a una escuela con todo de niños catalanes tampoco te asegura que te guste, no?

4.1.2. Valorar la otra persona

En capítulos anteriores veíamos que los rumores que más se transmiten son aquellos que vivimos de forma cercana y que tienen que ver con temas que nos preocupan y que responden a nuestros miedos e inquietudes. Esta es precisamente la parte que más debemos valorar. En ningún caso debemos desmerecer la preocupación de una familia por la educación de sus niños, por la situación económica de un amigo o familiar, o incluso por la suya propia. Reconocer y valorar esta preocupación puede facilitar que escuche más abiertamente nuestro razonamiento, aunque sea contrario al suyo.

Ejemplo:

Carla: La verdad es que con esto de la crisis el país está fatal. ¿Has visto qué cantidad de gente joven en paro? ¿Pero como quieren que se independicen? Y encima, todas las ayudas acaban siendo para los extranjeros que son los pocos que trabajan.

Agentes antirrumores: Sí, la verdad es que ahora hay muchas familias que lo pasan mal. A todos nos ha tocado un poco.

Carla: Sí, mi hijo ahora está en el paro y el pobre tiene dos hijos.

Agentes antirrumores: Seguramente lo estáis pasando muy mal. Cuando le pasa a un hijo se sufre mucho. ¿Ha probado si puede recibir algún tipo de ayuda o si hay algún servicio que le pueda ayudar?

Carla: ¿Pero que no te he dicho que todo lo dan a los extranjeros?

Agentes antirrumores: ¿Pero lo ha probado? Si no en el Ayuntamiento no sabrá si le pueden ayudar. Piense que los servicios y ayudas están para quien los necesita y no para extranjeros o españoles

Además, es posible que la persona haya experimentado personalmente algún episodio desagradable que ha reafirmado su manera de pensar. Una de las principales premisas para establecer una comunicación eficaz es el respeto mutuo. Por este motivo puede ser una buena estrategia valorar al otro siempre que lo hacemos de una manera sincera.

Ejemplo:

Agentes antirrumores: Ostras! Entiendo que lo tuviste que pasar muy mal cuando te robaron en el metro, debe ser una experiencia muy desagradable. Pero, hombre, no digas que todos los chicos o marroquíes son unos ladrones debido a que un chico marroquí te haya robado en el metro. Si hubiera sido un catalán no pensarías que todos catalanes son unos ladrones, ¿no?

Para tratar a la persona con respeto, centra la atención en la dificultad que hay que resolver, que en este caso es desmentir un rumor, y no tanto en la persona responsable de su difusión. La comunicación orientada a la persona, en cambio, pone a la defensiva al interlocutor y gira entorno a culpar al otro en vez de ofrecer soluciones y contraargumentación.

Por ejemplo, nosotros podemos decir al otro: «es que siempre te crees todo lo que te cuentan, no tienes la mínima capacidad crítica », o por contra podemos decirle: «Estamos tan bombardeados para este tipo de rumores que es muy fácil acabar creyéndose se algunos, como que tanta gentes les cree, ¿no? »

Recuerda: no desprecies las opiniones de la otra persona, por mucho que no estés de acuerdo. Valorar la experiencia de tu interlocutor y señalar los puntos en común respecto a lo que ambos pensáis puede ayudar a que tus argumentos, aunque sean contrapuestos, tengan mejor aceptación.

La conversación que valora el otro ayuda que las personas se sientan comprendidas, valoradas y aceptadas. Por el contrario, la conversación que desprecia al otro hace que las personas se sientan incomprendidas, despreciadas e incompetentes. La comunicación que desprecia nuestro interlocutor está relacionada con la superioridad, es rígida, insensible o indiferente.

Recuerda: No culpabilices los otros si no quieres que se pongan a la defensiva. A nadie le gusta que el tachen de racista o ignorante

4.1.3. Atención

La mayoría de nosotros tenemos una capacidad de atención bastante escasa. Es muy difícil mantener el nivel de interés constante. Sólo se mantiene la atención cuando el interés por la conversación aumenta. Ya hemos comentado más arriba la dificultad de mantener la atención cuando nuestra mente va cuatro o cinco veces más de deprisa que las palabras de nuestro interlocutor. Así es como empezamos a pensar en otras cosas.

Ejemplo:

Compañero de trabajo: El otro día me robaron el móvil en el portal de casa. Seguro que era extranjero. Esta gente sólo viene a robarnos.

Agentes antirrumores: Pero no digas eso, hombre. Que un rumano te robara la cartera no quiere decir que todos sean unos ladrones. ¡Pudiste llamar a casa para a que te vinieran a buscar?

¿Cómo crees que se sentirá tu compañero de trabajo ante esta respuesta por tu parte?
¿Crees que se sentirá motivado a continuar con la conversación?

Es aquí donde podemos formularnos otras preguntas:

¿cómo podemos hacer para que la gente nos escuche? ¿Cómo podemos hacer para no perder su atención?

En primer lugar, hay que huir de largas argumentaciones en las que utilizamos conceptos abstractos como la globalización o la multiculturalidad. Es mucho más efectivo utilizar argumentos cortos, claros y que vayan directos al grano; y utilizar ejemplos y argumentos que ya haya aportado la persona pero reconduciendo a puntos de encuentro, puntos en común. Por otra parte, ya hemos hablado del poder de la pregunta para hacer reflexionar pero también para mantener el interés y la atención de la persona.

Intenta realmente establecer diálogos en los que ambas partes escuchen y aporten y huir de los largos monólogos en los que tan sólo demuestras todo lo que sabes sobre la inmigración.

4.1.4. Comunicación sin prisas

Las prisas son el peor enemigo de una comunicación efectiva. Elegir bien el momento, el lugar y la compañía son elementos que tendremos que controlar si queremos que nuestro mensaje tenga algún tipo de impacto. Si abordamos cualquier persona en cualquier momento y lugar es muy probable que se nos considere inoportunos. ¿Has sentido alguna vez que la gente te rehuye por qué «*siempre estás hablando el mismo tema*»?.

Es más probable que tus palabras tengan más efecto si las dices en el momento oportuno:

Elegir bien el momento: En muy contadas ocasiones un rumor aparece como tema central de una conversación desde el principio. La mayoría de veces, aparece de manera indirecta,

cuando la discusión está girando en torno a cualquier otro aspecto.

Ejemplo:

(Esperando en la cola de la frutería del mercado.)

Agentes antirrumores: ¿Qué tal, María, como está la pequeña?

María: Muy bien, cada día más grande. Ya ha empezado la escuela y estamos muy contentos. La verdad es que nos costó encontrar una buena. Ya sabes que nuestro barrio está cada día peor, con tanta inmigración.

Con este comentario, María está poniendo sobre la mesa dos presuposiciones, la primera que la llegada de población inmigrada es la causa de la degradación de algunos barrios, y la segunda que hacen bajar el nivel educativo de las escuelas.

Lo primero que deberíamos preguntarnos antes de intentar rebatir estos rumores es si nos encontramos en el momento adecuado para hacerlo. Sabemos que en pocos minutos María será atendida por la dependienta de la frutería y nos despediremos hasta la próxima.

¿Estamos seguros que este es el mejor momento? Tendremos tiempo para, en dos minutos, rebatir estos comentarios? ¿Crees que podrás captar su plena atención en tan poco tiempo? ¿Llegará a escucharte? Y lo que es más importante, ¿llegarás a escucharla tú a ella?

A veces la mejor estrategia puede ser retirarse y esperar a encontrar el mejor momento para asumir la conversación de manera tranquila, con tiempo para escuchar más atentamente las explicaciones y encontrar el mejor y más convincente argumento de respuesta.

Agentes antirrumores: Ah, pues eso que me cuentas del barrio me interesa. ¿Qué te parece si nos vamos a tomar un café y me lo cuentas? Si no te va bien podemos intentar quedar otro día, ¿qué me dices?

Hay algunas situaciones en las que sabemos que no volveremos a ver aquella persona quizá porque ni siquiera la conocemos. Como por ejemplo cuando escuchamos un comentario entre dos personas en el autobús o el metro. Nuestra reacción más visceral puede ser soltar algún comentario sarcástico que deje claro nuestro punto de vista, en contraposición a lo que acabamos de escuchar, por ejemplo «sí, claro, y yo he oído que los comerciantes chinos incluso los pagan unas vacaciones en Tahití ». Pero debemos tener presente cuál será el verdadero impacto de nuestro comentario. Quizá nos deja a nosotros con la conciencia tranquila: «He dicho lo que pensaba». Pero realmente haremos reflexionar a esa

persona? ¿O más bien se sentirá ofendida y responderá radicalizando aún más su discurso?

Elegir bien el lugar: Tan o más importante que el momento es el lugar. Debemos tener en cuenta las distracciones visuales que pueden hacer que nuestro interlocutor esté más interesado o preocupado por otros aspectos que no por nuestra conversación. Si queremos retomar el tema con María, quizá su despacho de trabajo no es el mejor lugar. Mientras nosotros intentamos dar argumentaciones y hablar sobre el tema, es probable que ella esté más concentrada en la montaña de papeles que se apilan en su mesa.

Ejemplo:

En el pensamiento de María, mientras conversa con nosotros: *«Apenas ahora recuerdo que debo enviar un mensaje antes de las doce y que he de imprimir el Power Point para la reunión. A ver si me despido de prisa y pongo manos a la obra.»*

Elegir bien el momento y el lugar contribuirá a encontrar una mejor predisposición por parte de nuestro interlocutor. Seguramente un espacio más tranquilo, libre de distracciones, nos permitirá concentrarnos en la conversación.

Evitar las interrupciones: Uno de los aspectos que más puede desviar la atención de nuestro interlocutor son las interrupciones constantes en nuestra conversación. Si se da una interrupción puntual, es probable que la persona con la que estamos hablando pierda unos segundos su concentración. Retoma el tema haciendo un resumen de lo que estaba hablando justo antes de la interrupción. Así le ayudarás a retomar el hilo, y además la puede ayudar a visualizar mejor tus argumentos y mostrar una línea de pensamiento lógica y estructurada.

(Justo después de una conversación telefónica con su marido María cuelga el teléfono y vuelve a la conversación.)

Agentes antirrumores: Sí, María, me estabas explicando que estabas muy contenta por haber encontrado una escuela fuera del barrio para tu hija. Sí es una elección complicada y de responsabilidad. Lo que te comentaba yo es que el hecho de que haya niños extranjeros en una escuela no quiere decir que sea mala. Hay escuelas que precisamente han emprendido proyectos educativos que intentan hacer de la diversidad un potencial educador. algunas están teniendo resultados muy interesantes e incluso están destacando en las pruebas de nivel que hace la Generalitat en todos los centros.

Saber cual es el momento y el lugar adecuados nos ayudará a conseguir más predisposición para mantener un dialogo eficaz y de mejor calidad. Abordar en cualquier momento y rincón a las personas que te rodean para intentar sensibilizarlas sobre estos aspectos te presetnará

ante los demás como una persona inoportuna que siempre está hablando de los mismos temas.

Elegir bien la compañía: A veces las personas que nos rodean pueden echar por tierra todos nuestros intentos para mantener una conversación distendida. Puede tratarse de una persona que constantemente interrumpe a nuestro interlocutor, con respuestas acusatorias sobre los prejuicios que puede estar mostrando o utilizando argumentos, inclusive contraproducentes.

La respuesta que seguramente obtendremos de aquella conversación será una actitud defensiva que puede derivar en un posicionamiento aún más extremo y difícil de mover. Así, puede resultar una mejor estrategia buscar un momento en lo que tú interlocutor y tú esteis solos, y un espacio en el que se evite una sensación de confrontación, de «*Ellos contra nosotros*».

El silencio: El silencio puede ser una herramienta igualmente efectiva en toda clase de conversaciones. El problema es que muchos de nosotros nos sentimos incómodos ante el silencio. ¿Cómo reaccionas normalmente ante el silencio? ¿Te parece una eternidad? ¿Intentas llenarlo con lo primero que te pasa por la cabeza? Te remueves en el asiento mientras esperas con todas tus fuerzas que la otra persona diga algo ..., lo que sea?

Cuando hablamos o escuchamos, el silencio sirve para permitir a ambas personas que piensen. Entender al otro no es un proceso automático, sino que muchas veces requiere un tiempo de reflexión. Pero estamos muy poco acostumbrados a respetarlo. Incluso el silencio nos genera tal incomodidad que sentimos la necesidad de estar preparando nuestra intervención cuando el otro está hablando para llenar cualquier vacío que pueda producirse. Pero si hacemos esto no estamos escuchando. Con las prisas para compartir nuestros pensamientos hablamos demasiado o, incluso, interrumpimos al otro sólo para asegurarnos de que nuestro punto de vista es escuchado (Fine, 2008).

4.1.5. Mantener la relajación: cómo abordar las conversaciones más complicadas

Es posible que una de las cosas que más complique el proceso de comunicación sea la parte afectiva. El cómo se sienten las partes implicadas (enfadadas o contentas, por ejemplo) puede tener un impacto en el funcionamiento de la comunicación. Seguramente todos nosotros nos hemos dado cuenta alguna vez que nos es más fácil comunicarnos con aquellas personas que nos gustan que con aquellas que consideramos desagradables. Nuestra actitud ante la persona con la que nos comunicamos o nuestro estado emocional tienen un impacto muy importante en todo este proceso, influyen en nuestra capacidad de comunicarnos. De ahí que sea tan importante poder detectar y tomar conciencia de nuestros sentimientos. ¿Cómo nos comunicamos si estamos enfadados, tristes o ansiosos? Y si nos sentimos incómodos con la persona con la que estamos hablando? (Qureshi, 2009).

Decíamos al inicio de este capítulo que una de las principales causas por las que muchas veces preferimos quedarnos callados antes que interpelar a los rumores y

estereotipos que sentimos a nuestro alrededor es el miedo de la confrontación. Efectivamente, por la carga ideológica y emocional que llevan asociados estos temas, el diálogo termina cayendo en una confrontación directa, una discusión, sin que muchas veces sepamos cómo controlarla. Además, el efecto de estas situaciones no es la sensibilización de ninguna de las partes, todo lo contrario. Normalmente los interlocutores acaban radicalizando sus discursos iniciales reafirmando en lo que pensaban desde el comienzo. A continuación te ofrecemos algunas recomendaciones que pueden ayudarte a responder ante estas situaciones.

Respira y mantén la calma: No hagas acusaciones, recuerda que no estás enfrentándote a un enemigo, estás dialogando con un amigo, colega o usuario. Comunica tu discrepancia, pero recalca también tus puntos de acuerdo. Si eliminas las afirmaciones con carga emocional y trabajas sobre la base del acuerdo mutuo te será más fácil dialogar con esa persona. Lo que pasa en este tipo de situaciones, cuando intentamos desmentir un rumor, es que muchas veces el mismo tema despierta en nosotros emociones fuertes, bien porque sentimos que se está haciendo una injusticia, bien porque nos podemos sentir identificados con las personas que se está acusando, bien porque sentimos la responsabilidad de hacer cambiar la opinión de la otra persona.

(Vecino que se encuentra con otra vecina en la escalera.)

Vecino (con un tono crispado): Estos moros del barrio no hacen más que estar en la calle sin dar ni golpe. Bueno, nada, nada, tampoco, que seguro que están mirando a ver qué roban. A ver si los echamos de una vez y se vuelven a su país. Que los aguanten allí.

Vecina: Oiga, que esta gente no le ha hecho nada a usted. Si fueran Jóvenes españoles seguro que no pensaba lo mismo! Además, también podría irse usted al su pueblo, que tampoco ha nacido aquí.

Vecino: Pero yo soy español y ellos no!

¿Has tenido alguna conversación similar? ¿Puedes sentirte identificado con esta manera de reaccionar? Si sientes que empiezas a enfadarte, tómate unos momentos para respirar profundamente, recobrar la calma y volver a hablar. Es más fácil dañar una relación personal o profesional cuando las emociones sacan lo peor de nosotros.

No iguales la energía hostil: Cuando te enfrentas a una persona agresiva que utiliza tácticas comunicativas hostiles, quizá porque el tema también le toca de cerca a ella y ha soltado su parte más emocional, haz todo el que puedas para mantenerte en calma. Si igualas este tipo de energía con tus palabras, tono de voz o lenguaje corporal, sólo aumentarás tu nivel de ira y el del otro y difícilmente llegareis a escucharos el uno al otro. Es

necesario mucho autocontrol para que esta actitud no te afecte. La mayoría de nosotros reaccionaría respondiendo del mismo modo, como defensa. Respira hondo y recuerda que estarás más protegido si eres tú quien conserva la calma. Ahora, más que nunca, intenta escuchar al otro y empatizar con él. Contempla qué está pasando de la manera más objetiva posible y no emocional. No permitas que los sentimientos te arrastren a adoptar una postura defensiva.

Mantén una postura corporal abierta y dialogante: Mostrando las palmas de las manos, asintiendo con la cabeza, apoyando la mano en el pecho o evitando cruzar los brazos. Como veremos más adelante, todas estas son posturas que nos ayudarán a mostrar una actitud receptiva, dialogante y no enfrentada.

Reflexiona sobre tus presunciones Sobre tu interlocutor o sobre la propia conversación dado que éstas afectarán tu actitud. Si desde del inicio piensas que la conversación será insoportablemente complicada, seguramente lo será porque tu actitud ya predispondrá que lo sea. Ahora bien, si por el contrario crees que, más allá del resultado, seguramente podrás extraer algo positivo de todo aquello, es probable que lo consigas.

Piensa en la otra persona: ¿cómo ve la situación? ¿Cómo crees que percibe el problema? ¿Cuáles son sus preocupaciones, dudas y temores? Esta es la manera de empezar a ver de otra forma la persona con la que estás conversando, no como un oponente, sino como un interlocutor.

4.2. La comunicación no verbal: que expresamos con nuestro cuerpo

La facultad de comunicarnos no recae únicamente en la capacidad de poder hablar y expresarnos mediante el lenguaje: también nos comunicamos con los gestos, posturas, miradas, manos, sonrisas ..., con todo lo que llamamos comunicación no verbal o corporal. Antes de emitir cualquier mensaje verbal ya nos estamos comunicando. Muchos expertos en comunicación corporal dicen que la mejor manera que tiene el hombre de comunicarse es manteniendo la boca cerrada. Esta afirmación, a priori, no sólo desconcierta, sino que parece una paradoja. Pero, ¿has probado alguna vez hablar con otra persona sin mover el cuerpo (la cabeza, los brazos, las manos, los ojos ...)? Es casi imposible. Tanto es así que el psicólogo A. Mehrabian clasificó el nivel de comunicación los seres humanos en porcentajes, y daba más relevancia al aspecto del lenguaje corporal (55%) la palabra (7%), superada por el tono de la voz (38%).

No siempre somos conscientes de lo que transmite nuestro lenguaje corporal a los demás. Pero es importante prestar atención y aprender a controlar nuestro lenguaje corporal para que éste contribuya a apoyar lo mismo que pretendemos expresar con nuestros argumentos. Si quieres que te vean como una persona segura, honesta e informada usa herramientas como las siguientes:

Sonríe: ¿Te has planteado alguna vez el poder que tiene la sonrisa? Sonreír no tan sólo conseguirá una predisposición más abierta hacia tu interlocutor, sino que te ayudará a relajarte y sentirte más positivo. Sonreír es una buena práctica pero lógicamente eso no quiere decir que lo tengas que hacer siempre, especialmente si alguien te está contando un problema o una preocupación.

Contacto visual: Si miras la persona a los ojos causarás la impresión de confianza y demostrarás que lo estás escuchando y que estás interesada en la conversación. Ahora bien, ten cuidado de no mirar a la persona demasiado fijamente, ya que podrías intimidarla, especialmente cuando eres tú quien habla.

Afirma con la cabeza: Cuando es el otro quien habla, puedes reforzar esta postura de escucha afirmando suavemente con la cabeza, de esta manera refuerzas aún más la imagen que estás escuchando atentamente lo que el otro te dice. Además, por el efecto espejo, es más probable que el otro también afirme con la cabeza cuando seas tú quien habla. Este leve movimiento también ayuda no sólo a transmitir que estás escuchando, también ayuda realmente a prestar más atención a lo que dice el otro.

Intenta estar quieto Mover nerviosamente los pies, jugar con un bolígrafo, tocarnos constantemente el pelo, frotarse las manos, son movimientos que dan sensación de nerviosismo o como mínimo de poco interés en el tema de la conversación. Intenta que tus movimientos sean suaves y en armonía con una actitud tranquila y confiada (pero sin mostrar arrogancia o pasividad).

Mantén un lenguaje corporal abierto: cruzarse de brazos, ocultar las manos en los bolsillos o incluso taparse partes de la cara con las manos demuestra que quieres protegerte o al menos que estás en desacuerdo con lo que dice la otra persona. Intenta mantener las manos relajadas al lado del cuerpo, sobre el regazo o sobre la mesa. Cuando hables abre las palmas de las manos hacia tus interlocutores, inclínate hacia adelante para mostrar interés y apoya la mano en el pecho para mostrar sinceridad en tus palabras.

4.3. La voz. El tono de voz, su entonación y su modulación pueden tanto aplacar las iras de cualquier persona como hacerlas crecer (un mismo mensaje dicho con según qué entonación puede acercar a los interlocutores o, por el contrario, alejarlos). A veces incluso es más importante cómo se dice un mensaje que la información que contiene. Por ejemplo, si ante un rumor que escuchamos hacemos una pregunta: «¿Y como lo sabes todo esto?» Esta misma pregunta puede tener significados completamente diferentes en función de la entonación que le damos. Podemos hacer una entonación para demostrar un interés sincero, en la que nuestro tono de voz no da a entender que ya sabemos la respuesta, sino que le hagamos una verdadera pregunta a la persona. Así, el interlocutor debe esforzarse en darnos una respuesta. Por el contrario, podemos hacer la misma pregunta pero en un tono sarcástico o irónico, y damos a entender que realmente no esperamos una respuesta sino que la misma pregunta está acusando a la persona de creerse y difundir rumores. También tendremos que prestar atención al volumen y a la velocidad con que hablamos ya que puede

perderse la capacidad de comprensión de la persona con la que dialogamos. Por Ejemplo, una persona que habla demasiado deprisa puede hacer perder la atención de apoyo interlocutor. Pero también si hablamos demasiado podemos perder interés.

El tono de voz, o más exactamente el volumen con el que se habla, suele asociarse al estado de ánimo de la persona. Ahora bien, de nuevo tenemos que ser cautelosos con este tipo de interpretaciones. ¿Qué quiere decir cuando una persona habla en un tono de voz elevado? ¿Y suave? Muchos europeos del norte que no entienden el castellano piensan que los españoles están constantemente discutiendo, por el contrario, muchos ciudadanos de países de los países del sur tienden a pensar que los europeos del norte no tienen sentimientos. Obviamente ni los españoles están siempre discutiendo, ni los europeos del norte son insensibles, lo que pasa es que atribuimos significados diferentes al tono de voz, un significado que viene dado culturalmente (Qureshi, 2009).

4.4. El lenguaje que usamos

Utilizar una entonación correcta, un lenguaje corporal abierto, la empatía, el respeto y la sinceridad son técnicas comunicativas que nos pueden ayudar para que nuestro mensaje sea mejor recibido por la persona con la que hablamos. Pero hay otro aspecto que sin duda es fundamental: hay que hablar el mismo lenguaje. Y no queremos decir que uno hable catalán y otro castellano, inglés o suahili. Hablamos de usar un lenguaje con términos y expresiones similares. Nuestro consejo en este sentido es rehuir el lenguaje políticamente correcto, lleno de tecnicismos y palabras bien sonantes que suelen utilizarse en contextos más académicos. Cuando escuchamos a nuestro interlocutor intentamos estar atentos a las expresiones y palabras que utiliza para, de esta manera, con un lenguaje cercano, aproximarnos mejor a sus puntos de vista.

Las conceptualizaciones, teorías y estadísticas nos sirven para comprender con profundidad el fenómeno de la inmigración, ahora bien, no tiene mucho sentido utilizarlas si la persona con la que hablamos no nos habla en los mismos términos. Si ella nos habla de personas y nosotros hablamos de demografía difícilmente conseguiremos hacernos entender.

Además, podemos dar una sensación de superioridad que puede llegar a ofender a la otra persona. Esto no quiere decir que tengamos que caer en palabras malsonantes u ofensivas, pero sí lo más cercanas posible. Después de leer este ejemplo, ¿qué crees que pensará la persona con la que hablamos? ¿Crees que nos habrá escuchado hasta el final? Aunque haya entendido perfectamente lo que le hemos podido decir, es más probable que esté pensando que somos un poco pedantes, ¿no?

Ejemplo:

Ciudadano: Acabo de llegar del médico y estoy completamente alucinado. La sala de espera estaba llena de inmigrantes. ¡Incluso había uno de esos que lleva un turbante en la cabeza! ¡He estado esperando una hora para que me atiendan y es que no me extraña, con todos los que vienen a operarse aquí!

Agentes antirrumores: Señor, piense que la llegada de población extranjera está ayudando a rejuvenecer la población catalana. Se calcula que en 2020 España tendrá la población más envejecida del mundo, sólo por debajo de Japón. Las familias que vienen hacen aumentar la natalidad y, en definitiva, aumentar las cohortes más jóvenes y, por tanto, incrementar el número de población activa. Las aportaciones que puedan hacer a las arcas de la Seguridad Social son superiores al gasto que pueden reportar al sistema sanitario. Además, la Declaración de los Derechos Humanos reconoce el derecho a la asistencia sanitaria a todos, independientemente de su nacionalidad. Ah, y «el del turbante», como dice usted, seguramente era un sikh.

Después de leer este ejemplo, ¿qué crees que pensará la persona con la que hablamos? ¿Crees que nos habrá escuchado hasta el final? Aunque haya entendido perfectamente lo que le hemos podido decir, es más probable que esté pensando que somos un poco pedantes, ¿no?

Volvemos a poner el mismo ejemplo pero ahora usando un lenguaje más cercano y similar al de la persona con la que hablamos:

Agentes antirrumores: Sí, la verdad es que es un palo cuando tienes que esperarte una hora en la cola del médico. ¡Pero para ti y para el del turbante! ¡No creas! Él también podría tener prisa para ir a trabajar, ¿no?

Es probable que ninguna de las dos respuestas lo convenza sobre lo que dice, pero ¿Cuál crees que le puede hacer reflexionar más? ¿Con qué respuesta conseguiremos, como mínimo, que nos escuche?

4.5. Estrategias de respuesta

Hasta ahora hemos estado hablando de cómo escuchar a la persona para luego hablar nosotros de una manera respetuosa, cercana, dialogante ... En este apartado abordaremos algunas estrategias de respuesta que podemos utilizar. Sin embargo, como ya hemos dicho en otras ocasiones, no existe el argumento perfecto. En todo caso se trata de buscar el

mejor argumento que puede llegar a la persona y con el que nos sentimos mejor nosotros. Hay que insistir también que no hay recetas mágicas. Cambiar formas de pensar y sentir tan arraigadas como suelen ser los prejuicios no se logra en una simple conversación.

Nos tenemos que proponer un hito más alcanzable y realista: despertar una determinada capacidad crítica hacia los rumores y estereotipos, sembrar una duda, crear espacios de reflexión.

Por otro lado, hay que poner también de relieve que las estrategias que aportaremos a continuación no son excluyentes. Cuando establecemos una conversación con otra persona debemos tener presente que no sólo responderemos al rumor que pueda manifestar y aquí se acabará la conversación. Es muy probable que la persona aporte contraargumentación que alargue el diálogo y que seguramente sean razonadas, incluso convincentes. De ahí que tengamos que utilizar varias réplicas, con argumentos diferentes a lo largo de toda la conversación.

La pregunta como herramienta principal: La pregunta es una forma de manifestar interés por lo que dice nuestro interlocutor y ayudarnos a entender con más claridad cuál es su argumento o problemática. Además, nos ayuda a mantener el interés de nuestro interlocutor, porque le obligamos a prestar atención a la conversación. Además, si lo que queremos es sembrar la duda, puede ser mucho más efectivo que sea la misma persona la que llegue a la conclusión que queremos transmitir que no decírselo nosotros directamente. Ahora bien, como herramienta de reflexión, debemos ser cautos porque la entonación sea la correcta. Es muy fácil caer en el sarcasmo cuando formulamos una pregunta de la que pensamos que ya sabemos la respuesta. Si preguntamos sarcásticamente, la persona puede sentirse ofendida y radicalizar su discurso o ponerse a la defensiva. Así, podemos preguntar a la persona si está segura de lo que nos está explicando y como lo ha sabido, sin que se sienta acusada o discriminada:

¿Sí? Y la persona que le ha dicho eso, ¿cómo lo sabe? ¿Como se ha enterado?

Invitar a la curiosidad y a comprobar las presuposiciones: Ante una duda, es importante incentivar que la persona intente conocer la realidad de primera mano, y recalcar la posibilidad de informarse directamente con las fuentes oficiales y no dejándose llevar por todo lo que pueda escuchar a su alrededor. Es más efectivo eso que decirle nosotros directamente como son las cosas. ¿Por qué nos ha de creer a nosotros más que a la persona que le ha explicado el rumor?

Agentes antirrumores: ¿Usted sabe cómo funciona el sistema que da las ayudas públicas o las becas de comedor? ¿Ha comprobado si hay una cláusula que beneficia a los extranjeros? Por lo que yo sé, eso se puede preguntar en el Ayuntamiento. ¿Por qué no va y lo pregunta? Quizás le sorprenderán. Se escuchan tantas cosas que uno ya no sabe qué ha de creer, es

mejor comprobarlo uno mismo, no?

De la misma manera que invitamos a consultar las fuentes oficiales y públicas también podemos invitar a experimentar y probar antes de hacer alguna afirmación. Especialmente en cuanto a temas como la convivencia, ya que muchas veces se acusa a los extranjeros de no querer integrarse sin que el esfuerzo sea bidireccional.

Vecino: Con esta gente del cuarto primera, los dominicanos o cubanos o lo que sea, no se puede ni vivir. ¡Ayer tuvieron la música puesta hasta las once de la noche!

Agentes antirrumores: ¿Ha intentado hablar con él?

Vecino: ¡Pero si con esta gente no se puede hablar!

Agentes antirrumores: Si no lo prueba no lo sabrá nunca. ¿Qué puede perder? Quizás no saben que le están molestando. Si quiere lo acompaño.

Mirar de cerca significa acercarnos a mirar con la única pretensión de ver lo que tenemos ante los ojos. Sin esperar nada, sin haber decidido por adelantado qué pensamos, qué sentimos, cómo juzgamos la realidad que nos muestra. (Campaña de Cruz Roja «Aprende a mirar de cerca»)

Buscar vínculos comunes. Hay que reforzar los argumentos que pongan énfasis en lo que comparte el conjunto de la población. No debemos negar la diferencia pero sí que ésta se dé sólo por factores culturales. Todos somos diferentes y a la vez muy iguales. Las inquietudes, expectativas, preocupaciones o sueños del ser humano suelen ser bastante similares, aunque hablamos idiomas diferentes. Nuestros argumentos pueden servir para buscar vínculos en común e intentar sobrepasar la diferencia sociocultural, es decir, buscar un grado de identificación común como padres y madres, trabajadores / as o aficionados al Barça o al Madrid.

(Al finalizar el curso escolar, las madres y padres de una guardería deciden hacer un regalo a la maestra. A la salida de la escuela dos madres charlan sobre el tema.)

Agentes antirrumores: ¿Qué, ya ha pagado todo el mundo para el regalo de la maestra?

Madre: Sí, sí, ya han pagado todos. Bueno todos menos la madre de la niña paquistaní.

Agentes antirrumores: ¡Ah! ¿Y por qué no ha pagado?

Madre: Porque no se lo hemos dicho.

Agentes antirrumores: ¿Y por qué no se lo habéis dicho?

Madre: Pues porque no nos entenderá. Y además, seguro que no querrá pagar.

Agentes antirrumores: ¡Mujer, su hija va a la misma clase que las nuestras. Imagínate cómo te sentirías tú si el resto de madres hacemos un regalo a la maestra y nadie te dice nada!

Debemos tener presente que muchas de las personas con las que podemos hablar pueden haber vivido experiencias migratorias en primera persona. Una buena manera de buscar la empatía y resaltar los puntos en común puede ser invitar a la persona que recuerde su experiencia, hacer paralelismos con formas de hacer pero sobre todo con sentimientos que se experimentaron.

Hombre (*de unos setenta años y con un marcado acento andaluz*): Madre mía, cuánta gente en la calle. Es que el barrio ya no es lo que era, está lleno de inmigrantes y todos en plena calle. Es que no se puede ir a tomar el sol tranquilo.

Agentes antirrumores: Usted es andaluz, ¿no? Mi madre también. ¿Y cuando vino a vivir aquí?

Hombre: Pues hace ya casi cuarenta años.

Agentes antirrumores: ¿Y siempre ha vivido aquí, en el barrio?

Hombre: Sí, llegué y compré un pisito. 25.000 pesetas me costó. Parece poco pero ¡ya me costó pagarlo!

Agentes antirrumores: Sí, aquí en el barrio hay mucha gente de Andalucía, y de Murcia y de Extremadura ... Seguro que mucha gente catalana se quejaba de la cantidad de inmigrantes que había en ese momento, ¿no?

Hombre: Sí, la Triana, decían.

Agentes antirrumores: ¿Y cómo lo hacían sentir ese tipo de comentarios?

Hombre: Pues no muy bien, la verdad. Pero nosotros veníamos a trabajar, no a robar.

Agentes antirrumores: Y la gente que viene ahora, no cree que también vienen a trabajar? De hecho, muchos de ellos están volviendo o se van a otros países a buscar trabajo.

Hombre: Sí, a buscarse la vida.

Agentes antirrumores: Como todo el mundo, a buscarse la vida.

Debemos ser conscientes de que, tras una conversación como la que acabamos de explicar, no es esperable que la persona nos dé la razón abiertamente. Sin embargo, es posible que ahora pueda sentirse un poco más cercano a las personas de las que hablaba y quizás conseguimos que después de marcharse piense un poco más sobre nuestra argumentación.

Priorizar los mensajes positivos frente a los mensajes «no negativos»: Por ejemplo, no sólo debatir que inmigración no es sinónimo de delincuencia, sino remarcar todo lo que ponga de relieve los beneficios, económicos y sociales, que las y los inmigrantes aportan a nuestra sociedad. Esto es importante porque, en general, hay una escasa visibilidad de ejemplos exitosos de personas inmigrantes o de los beneficios de la inmigración. En la mayoría de los casos, cuando hablamos de inmigración lo hacemos pensando en las personas que más dificultades tienen, que muchas veces son las que acaban de llegar o llevan poco tiempo o están en situación irregular.

Usuaría del ambulatorio: Uy, niña, puedes creerte que cuando he abierto la puerta de la consulta me ha abierto un negro de casi dos metros... Creo que era el médico, pero no sé si fiarme de la receta que me ha dado.

Agentes antirrumores: Sí, menos mal que están viniendo médicos de otros países si no sé ¡que haríamos! A los ambulatorios les cuesta mucho encontrar personal cualificado. ¿Y qué, le ha atendido bien?

Usuaría: Sí, bueno, como todos. ¡Me ha despachado en dos minutos!

Agentes antirrumores: ¿Y qué, Blanca, como le va con ella? (Nos referimos a la mujer que la cuida y que es de origen colombiano.)

Usuaría: Pues muy bien. Es muy cariñosa.

Agentes antirrumores: ¿También le costó a usted encontrar a alguien que le ayudara en

casa, no?

El rumor que afirma que los comercios regentados por personas extranjeras no pagan impuestos es uno de los más extendidos. Como estrategia de respuesta podemos cuestionar la fuente de la información e invitar a la persona que incluso hable con un comerciante extranjero para corroborar su afirmación. Pero también podemos utilizar como estrategia complementaria la evidencia sobre los beneficios que también obtenemos de este tipo de comercio.

Argumentos que se utilizan con poca frecuencia:

Agentes antirrumores: ¿Sabes donde puedo ir a comprar algo de pan en estas horas?

Juan: Sí mujer, al paki de aquí al lado. ¡Seguro que están abiertos, esta gente no cierra ni para comer! Más de una vez he estado por llamar a la policía, pero seguro que no harían nada. ¡Si ya ni los hacen pagar impuestos!

Agentes antirrumores: Pues suerte que están abiertos para este tipo de imprevistos, no? ¿A ti no te ha ido bien alguna vez encontrar abierta una tienda a estas horas?

Juan: No te preocupes que dentro de poco estará todo abierto, ya están comprando incluso los bares del barrio.

Agentes antirrumores: Sí, si no fuera porque los están comprando ya no tendríamos ni un solo bar abierto en el barrio para ir a tomar una cerveza.

Cuestionar las generalizaciones y las exageraciones. Hay que transmitir el mensaje que todos nosotros tenemos unas circunstancias o unos rasgos personales que nos hacen únicos. No podemos presuponer que alguien se comportará de una determinada manera por el hecho de pertenecer a un determinado origen. Así podemos poner en evidencia como son de ridículas algunas exageraciones.

Vecino: ¿Has visto que han venido nuevos inquilinos al edificio? Y también son marroquíes, como los anteriores. Ya verás como volveremos a tener los mismos problemas. Es que esta gente es muy sucia y no se les puede pedir que limpien la escalera. No saben vivir en comunidad, seguro que ni pagan la cuota de la escalera.

Agentes antirrumores: Sí, la verdad es que la otra familia nos dio muchos problemas a

todos. ¿Pero habeis podido hablar, con estos? No deben ser iguales.

Vecino: ¿Que no? Hombre, si son de Marruecos seguro que vivían en su país apiñados en una casa vieja de pueblo. ¿Cómo quieres que les hagamos entender que deben limpiar la escalera y pagar la comunidad?

Agentes antirrumores: ¡Ah! ¿Entonces habló con ellos? (No, no ...) ¿Y como sabe entonces de dónde vienen, cómo vivían, y si limpiarán o no la escala? Los del cuarto también son de Marruecos y nunca hemos tenido ningún problema.

Finalmente cabe mencionar que las conversaciones también llegan a su fin y que éste es igual de importante que el principio. Si eres tú el que debe marcharse, intenta ser lo más cortés y sincero posible, explicando en la medida de lo que puedas las razones por las que te tienes que marchar o terminar la conversación. Pero también estate atento si es la otra persona la que debe marcharse. Si la persona recorre con la mirada otros espacios de la sala o simplemente se instala el silencio es el momento de finalizar. Hagas lo que hagas intenta no ser una de esas personas que continúa de manera indefinida una conversación. Si realmente quieres continuar, pregúntale si te puedes ver en otro momento para hablar sobre el tema.

4.6. Consideraciones adicionales a tener en cuenta para los diferentes espacios de sensibilización

Todas las técnicas que hemos explicado hasta el momento pueden aplicarse en cualquier espacio de sensibilización frente a frente que nos imaginamos. Ahora bien, es probable que algunas de las personas que lea este manual se encuentra en situaciones en las que no tratamos de sensibilizar un amigo, familiar o compañero de trabajo. Nos referimos a aquellas situaciones donde es un usuario de una entidad, servicio público el que expresa un rumor, ya sea en forma de queja o simplemente como un comentario más. En estos casos también tenemos la responsabilidad de intentar contrarrestar estas falsas concepciones. De hecho, muchos de los ejemplos que hemos podido ver denotan una cierta desconfianza hacia el funcionamiento los servicios públicos o de las entidades que ofrecen servicios a los ciudadanos. Se supone que hay poca transparencia en la gestión de este tipo de servicios y que se da un trato de favor, ofreciéndoles ayudas o condiciones generales a los extranjeros. Además, muchos de los tópicos ponen en duda, en cierta medida, la profesionalidad de quien trabaja, ya que se considera que constantemente se dejan engañar. Se considera que los profesionales son más permisivos, ponen menos trabas burocráticas y hacen un trato de excepción en los criterios de adjudicación de ayudas. Por otra parte, en los rumores que acusan a los inmigrantes de hacer un uso excesivo de los servicios públicos, encontramos implícita una cierta estratificación entre ciudadanos de primera y ciudadanos de segunda en función de su nacionalidad o procedencia. Como si el hecho, no sólo de haber nacido aquí, sino de ser hijo o hija de español y española diera un derecho especial por encima de los demás.

Por un lado, el profesional que atiende a un usuario tiene la responsabilidad de intentar rebatir estas afirmaciones. Con las técnicas que hemos ido explicando, pero, en este caso, respetando la distancia profesional. Un exceso de confianza, un trato más propio de un amigo que de un usuario, puede hacer pensar en la otra persona que el interés es obtener algo y crear desconfianza en torno a lo que le explicamos.

Por otro lado, como profesionales no podemos despreciar las quejas de un usuario, primero porque detrás de una queja se puede esconder una necesidad real. Si este es el caso, como profesionales debemos derivar a la persona al servicio que puede atender mejor su demanda, y asegurarle que el trato que recibirá por parte de otros profesionales no tendrá en cuenta en ningún momento su nacionalidad.

Ser o no extranjero no es un criterio válido para recibir una ayuda o servicio. Además, tenemos que intentar desarrollar una actitud positiva ante las quejas que los usuarios nos puedan manifestar. Si mostramos una predisposición para escuchar la queja e intentar dar una respuesta asertiva nos será más fácil reconducir la conversación sin exaltarse con nosotros. Una queja se puede ver como una oportunidad para intentar averiguar qué imagen se tiene de nuestro servicio entre la ciudadanía e incluso hacer las acciones que creamos convenientes para mejorarlo. Finalmente, cabe mencionar la responsabilidad que como profesionales tenemos en la difusión o no de los rumores. Mantenerse callado ante un comentario falso y no desmentirlo puede dar a entender que estamos de acuerdo y hacer que le legitimamos aún más.

5. Ser conscientes de nuestras fortalezas y debilidades: La autoevaluación

Toda habilidad requiere un entrenamiento. Sólo la lectura de la guía no es suficiente para convertirse en un «agente antirumores eficaz». La práctica y la experiencia nos ayudarán a perfeccionar nuestras técnicas y argumentos, y llegar a desarrollar nuestro estilo personal, lo que más nos funciona y es más coherente con nuestra manera de ser y con nuestro entorno habitual. No hay que desanimarse si las primeras veces nuestra autoevaluación es negativa, y nos debe servir para mejorar, para poner en evidencia y perfeccionar nuestras debilidades y valorar y potenciar las nuestras fortalezas. Algunas interacciones saldrán mal porque tenemos que mejorar nuestra técnica, pero otros saldrán mal porque nos hemos topado con una persona especialmente difícil de mover en sus maneras de pensar y reflexionar.

¡No nos desanimemos! El cuestionario que presentamos a continuación es una propuesta para sistematizar nuestra autoevaluación. Lo podemos rellenar nosotros mismos. Si ha habido otra persona de confianza que ha presenciado la conversación, también le podemos pedir que la rellene por nosotros y así podremos evaluar cómo nos han visto desde fuera. Incluso podemos comparar nuestra evaluación con la que nos haga otra persona para comprobar nuestro grado de conciencia respecto a nuestros puntos fuertes y débiles. Es posible que seamos demasiado críticos con nosotros mismos o que no seamos conscientes de nuestras debilidades. Este ejercicio de comparación nos puede resultar muy útil. Finalmente, debemos ser conscientes de que se trata de una autoevaluación y por tanto un ejercicio de autoconocimiento: es importante ser tan honestos y objetivos como podamos en nuestras respuestas.

Mi actuación como agente antirumores

Este primer bloque de preguntas puede ser respondido tanto por los agentes antirumores que forman parte de la Red BCN antirumores, como por las personas que, sin conocer o estar vinculadas a esta red, se han encontrado en situaciones recientes en las que han intentado rebatir un estereotipo, prejuicio o rumor mediante el diálogo cara a cara con personas de su entorno. Piensa en una de esas conversaciones en las que has desempeñado, conscientemente o inconscientemente, de agentes antirumores, y contesta las preguntas valorando del 1 al 10 tu grado de acuerdo con las afirmaciones (1 es totalmente en desacuerdo y 10 totalmente de acuerdo). Aquellas puntuaciones por debajo del 4 nos indican seguramente puntos débiles que debemos trabajar. Las puntuaciones por encima del 7 son las habilidades que mejor hemos dominado en aquella interacción y que seguramente reflejan nuestros puntos fuertes. se trata únicamente de una orientación. Lógicamente se deben contextualizar los resultados en cada situación: por ejemplo, podemos valorar que el lugar no era el adecuado pero consideró que era el único posible. Prueba de hacer el ejercicio varias veces, pensando en experiencias de conversaciones diferentes que has tenido-es importante que las puedas recordar detalladamente. Compara los resultados y evalúa si hay aspectos que de manera recurrente emergen como puntos débiles. Si este es el caso, haz una reflexión final sobre qué estrategias te pueden ayudar a

mejorar estos puntos débiles.

1) Mi actitud ante la interacción ha sido correcta. Me he tomado la conversación como una oportunidad para mejorar mis habilidades comunicativas y no como una situación incómoda o un «marrón» por el que tengo que pasar.

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

2) He escuchado con atención y he entendido el razonamiento de la otra persona. Incluso podría reproducir textualmente parte del discurso.

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

3) No he interrumpido o hablado por encima de la otra persona mientras hablaba

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

4) He usado técnicas como parafrasear o hacer preguntas para entender mejor el razonamiento de la otra persona y mantener su atención.

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

5) He mostrado mi interlocutor que valoro su experiencia y no la juzgo (ni su experiencia ni a él como persona).

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

6) El momento en el que se ha dado la conversación era idóneo.

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

7) El lugar donde se ha dado la conversación era adecuado.

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

8) En el caso de que hubiera más personas presentes durante la conversación, éstas no han interferido negativamente en el diálogo.

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

9) Me he sentido cómodo y relajado durante la conversación. Incluso lo he disfrutado.

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

10) He conseguido dominar mis emociones y dar una respuesta serena. No he reaccionado emotivamente ni acaloradamente.

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

11) He tomado conciencia de mi lenguaje corporal y la he dominado. Recuerdo qué postura corporal he adoptado y pienso que ha sido la correcta.

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

12) He mantenido el contacto visual.

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

13) He sonreído cuando la situación lo pedía.

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

14) He mostrado un lenguaje corporal que transmitía al interlocutor que lo estaba escuchando (afirmaciones con la cabeza, movimientos relajados y no cos nerviosos ...).

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

15) He mantenido un lenguaje corporal abierto y dialogante (cuerpo inclinado hacia adelante, manos abiertas, mano en el pecho para demostrar sinceridad ...).

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

16) Mi tono de voz ha sido el adecuado (relajado, sin ironías, mostrando verdadero interés ...).

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

17) He usado un lenguaje y un vocabulario similar al de la otra persona para facilitar el entendimiento, y he usado conceptos concretos e ilustrativos.

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

18) El argumento de respuesta ha sido adecuado y convincente.

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

19) He hecho reflexionar a la otra persona sobre sus presunciones e incluso le he hecho replantearse algunos razonamientos.

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

20) La conversación ha servido para acercarme a esa persona, y generar una relación de más confianza y respeto. Si nos volvemos a encontrar creo que nos alegraremos mutuamente:

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

21) Creo sinceramente que la conversación mantenida me ha permitido aprender algo nuevo o pensar en cosas en las que nunca había pensado.

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

22) Creo sinceramente que la conversación mantenida me ha permitido aprender algo nuevo o pensar en cosas en las que nunca había pensado.

Nada de acuerdo

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

Muy de acuerdo

Notas de la autoevaluación: Mi actuación como agente antirumores.

¿Cuáles son mis puntos fuertes más recurrentes?

¿Cuáles son mis puntos débiles más recurrentes?

¿Qué haré para mejorar mis puntos débiles?

1. Ser un agente antirumores

El segundo bloque de preguntas que te proponemos está pensado para hacerte reflexionar sobre tu grado de adhesión e identificación con la figura del agente antirumores. Es

importante reflexionar y llegar a conclusiones sinceras sobre tu grado de motivación para convertirte en un agente antirumores y hacer el esfuerzo de mejora continua que esto requiere. Lógicamente, no hay respuestas correctas ni incorrectas. Se trata de explorar en profundidad lo que nos impulsa y lo que nos frena a la hora de desarrollar nuestro rol activo como agente antirumores. Interrogarnos sobre si estamos plenamente convencidos de que nuestra labor merece la pena, que nos aportará una experiencia enriquecedora y, sobre todo, que disfrutaremos haciéndola. Sólo desde este convencimiento podremos encontrar la motivación que nos permitirá desarrollar y mejorar constantemente nuestras habilidades como a agentes antirumores.

1. El apartado 3 de esta guía nos invitaba a tomar conciencia sobre los nuestros propios prejuicios hacia colectivos o grupos de personas sobre las que a menudo no tenemos mucho conocimiento directo. A menudo nuestras opiniones y nuestras presuposiciones sobre estos colectivos se basan en el que hemos oído en los medios de comunicación, o en las opiniones que nos ha transmitido nuestra familia o nuestro grupo de amigos. Piensa ahora en alguno de estos colectivos sobre los que puedes tener prejuicios más arraigados y recuerda alguna situación en la que alguien ha intentado rebatir o contradecir tus opiniones al respecto, y te ha aportado información o consideraciones diferentes.

¿Qué actitud adoptaste en esta situación? ¿Te pusiste a la defensiva o intentaste escuchar lo que esa persona intentaba decir, abierto a la posibilidad de poder extraer algún aprendizaje nuevo? ¿Crees que vas poder hacer un diálogo constructivo o tu objetivo fue únicamente descalificar o desmontar los argumentos del otro para poder seguir defendiendo tu opinión inicial?

2. Ser un agente antirumor requiere poner en práctica y desarrollar una serie de habilidades comunicativas. Cada uno partirá de un grado de desarrollo de estas habilidades de forma diferente. Unas personas pueden resultar especialmente elocuentes y seguras a la hora de hablar y dialogar con los otros, mientras que otras pueden sentirse más inseguras ante estas situaciones o tener más dificultades a la hora de improvisar un argumento convincente.

Pero además de las habilidades comunicativas, hay otro elemento imprescindible para convertirse en un agente antirumores, que es la voluntad de ejercer conscientemente este rol. Por muchas facilidades comunicativas que tengamos, si no estamos motivados para adquirir un compromiso activo de diálogo con las personas que difunden rumores o prejuicios negativos, difícilmente podremos tener ningún impacto a la hora de desarticular o frenar estas concepciones. Las habilidades comunicativas se pueden mejorar con el entrenamiento. No es tan importante el nivel del que partimos como la perseverancia para mejorarlas poco a poco. La voluntad o motivación para ser un agente antirumores depende, en cambio, de nuestras convicciones y seguramente del nivel de implicación que tiene determinadas causas sociales

Éstas evolucionan con el tiempo pero sobre todo dependen de la coherencia interna entre lo que pensamos, lo que hacemos y lo que deseamos.

3. Piensa en cinco razones o motivos que te impulsan o te podrían impulsar a convertirse en un agente activo antirumores y anótalos en la parte izquierda de la balanza. Piensa ahora en cinco razones o motivos que te frenan o inhiben por ejercer de agente antirumores y anótalos en la parte derecha de la balanza. si esta balanza fuera real, hacia qué lado crees que se decantaría?

4. Si revisas tu experiencia como agente antirumores, recomendarías a alguna persona de tu entorno (amigo, familiar ...) sumarse a esta causa y convertirse también en un agente antirumores ¿Por qué sí, o por qué no?

5. Finalmente, queremos recoger tus sugerencias y propuestas a la Red BCN Antirumores de Barcelona:

¿Cómo crees que la Red podría apoyar la labor de los agentes antirumores e impulsarla?

- De las actividades que realiza la Red, qué te parecen más interesantes y cuáles, en cambio, echas de menos o crees que no están funcionando bien.

** Puedes enviar tus respuestas a esta última pregunta a la dirección electrónica de la Red antirumores: antirumors@bcn.cat*

6. Un paso más allá: las dimensiones del agente antirumores

Como ya comentábamos al inicio de la guía, el agente antirumor es una pieza clave de la Estrategia BCN antirumores y la Red BCN antirumores, impulsadas desde el Plan Barcelona Interculturalidad (aprobado en marzo de 2010). Como figura de creación reciente, se va construyendo cada día con nuevas funciones y acciones por hacer. Las habilidades y herramientas que desarrollamos en estas páginas sólo se refieren al desarrollo de una de las cuatro dimensiones que se han definido hasta ahora para el agente antirumor: la sensibilización que se puede hacer con la ciudadanía en el diálogo interpersonal. Ahora bien, hay tres ámbitos de acción más en función de los interlocutores y destinatarios de las acciones llevadas a cabo. En este apartado explicaremos con más detalle qué objetivos específicos persigue cada dimensión y qué acciones se pueden desarrollar desde un doble vertiente: un trabajo más interno de fortalecimiento del trabajo en red y de la estrategia, y uno más externo de acciones orientadas al conjunto de la ciudadanía.

Cada una de estas dimensiones no corresponden a un ámbito de acción aislado, sino que, por el contrario, se encuentran interrelacionadas. Por lo tanto, el agente antirumores, además de adquirir este compromiso de sensibilización cara a cara, en el día a día, debe ir un

paso más allá. Es sumando esfuerzos y trabajando desde diferentes niveles que la tarea sensibilizadora puede adquirir un mayor impacto. Nuestra acción, pues, se inserta dentro de una estrategia global, en este caso la Estrategia Barcelona antirumores, que tiene como principal contexto de trabajo la Red BCN antirumores. La dimensión como miembro de una entidad / organismo. La gran mayoría de las personas que forman parte de la Red son miembros de entidades de la ciudad de Barcelona; entidades de carácter muy diverso como culturales, vecinales, educativas, deportivas o de acción social. En este ámbito de acción, el agente antirumores tiene un rol crucial, que es la acción sensibilizadora dentro de la misma entidad. Así, su función y objetivo principal es vincular su entidad al proyecto. En definitiva, acercar, sensibilizar e impulsar un trabajo antirumores integral a su propia entidad convirtiéndola en un eje estratégico de su acción. En ocasiones, ésta puede ser una tarea sencilla, ya que la entidad ya está bastante concienciada o, incluso, ya ha puesto en marcha antes acciones en esta línea. En otras ocasiones, puede requerir de un esfuerzo mayor de concienciación, bien porque no es un tema prioritario para la entidad, bien porque simplemente no tienen claro qué papel pueden tener en esta lucha. Más allá de la dificultad, este ámbito de acción conlleva una doble vertiente:

Vertiente interna: el agente puede fomentar la vinculación de la entidad a la tarea antirumores a través de diferentes acciones. Por ejemplo, promover debates en el seno de la entidad en torno a la diversidad cultural y su posicionamiento

Y como emisor comunicativo, no puede desaprovechar sus propias herramientas y medios de comunicación para informar y sensibilizar (web, boletín, buzoneo, Facebook, etcétera).

Los medios de comunicación Otro ámbito de acción en el que el agente antirumores también desempeña una labor sensibilizadora y de búsqueda de alianzas es la dimensión orientada hacia la acción en los medios de comunicación (televisión, radio, prensa, revistas, etcétera).

El impacto que los medios de comunicación tienen tanto en la difusión como en el desmantelamiento de los rumores hace que sea necesario desarrollar una dimensión del agente antirumor en esta dirección pero desde una doble vertiente:

Vertiente interna: en el caso de la Red BCN antirumores, el agente puede colaborar en la construcción y uso de la web www.bcnantirumors.cat, ya que es la web el principal canal de difusión de la estrategia antirumores y sus mensajes. Los agentes deben ser activos proponiendo nuevos recursos y haciendo difusión entre los miembros de la propia entidad, otras entidades y la ciudadanía en general.

Vertiente externa: hay que hacer acciones para fomentar la colaboración de los medios de comunicación (locales, generalistas y de origen inmigrante). Así, se pueden proponer artículos, entrevistas y contenidos que pongan en duda los rumores existentes y que ofrezcan una visión positiva de la diversidad cultural que hay en nuestra ciudad.

La dimensión o ámbito de acción en red .

Finalmente, la **tercera dimensión** está directamente relacionada con la intención de propiciar un auténtico trabajo en red. Como decíamos al principio, las acciones llevadas a cabo en la sensibilización frente a frente, como miembro de una entidad o hacia los medios de comunicación no deben entenderse como acciones aisladas, sino que forman parte de una estrategia más global en la que el trabajo en red es un hito pero también una manera de trabajar. Así, aunque se trata de un ámbito de acción más, este debe entenderse como un fin en sí mismo, dado que el trabajo en red es lo que, en definitiva, da solidez, fuerza y legitimidad a la acción que se desarrolla. Propiciar y fortalecer el trabajo en red permitirá contar con una base asociativa capaz de implicarse, comprometerse y movilizar por los objetivos a alcanzar.

La experiencia desarrollada desde la Red BCN antirumores focaliza trabajo de las entidades en dos niveles:

-Participar en la construcción y fortalecimiento de la estrategia, la estructura, el funcionamiento y las acciones de la Red.

-Promover un auténtico trabajo en red entre las entidades que forman parte de la plataforma.

El primer nivel se desarrolla en un marco de trabajo con aquellas entidades con más capacidad o voluntad de implicación, desde el llamado grupo ejecutivo. Un ejemplo claro es su participación en la elaboración del Plan de Acción de la Red BCN antirumores, que recogió entre otros la prioridad de objetivos, los ámbitos de actuación y las acciones que había que desarrollar en la primera etapa.

Por otra parte, el segundo nivel de trabajo en red apunta directamente tanto a buscar nuevas entidades que se adhieran a la Red (informándolas y sensibilizándolas sobre la importancia de la lucha contra los estereotipos, prejuicios y rumores), como la colaboración entre entidades para potenciar el impacto de las iniciativas, acercándonos a diferentes territorios (barrios o distritos) o ámbitos de actuación (jóvenes, mujeres, salud, educación...).

En definitiva, como decíamos al inicio de este capítulo, el agente antirumores está desarrollando acciones de sensibilización desde diferentes vertientes y ámbitos de sensibilización, y prueba de impulsar acciones alternativas y realmente efectivas. Estamos en el camino de seguir descubriendo nuevas formas de trabajo creativas e innovadoras que den respuestas reales a un fenómeno y un entorno más complejos y cambiantes que nunca.

7. Bibliografía i recursos de referència

Más allá de las habilidades comunicativas que se puedan entrenar y desarrollar, también hay que prestar atención a la necesidad de mantenernos informados y ampliar conocimientos

para combatir los rumores. En definitiva, plantear argumentos basados en información como una más de las competencias interculturales.

En este apartado os ofrecemos todo un conjunto de recursos, algunos de carácter más teórico, otros de carácter más práctico o incluso lúdico, para mantener abierta esta ventana al aprendizaje continuo

No se pretende hacer una recopilación exhaustiva de todos los recursos y bibliografía existente, sólo se trata de una selección de aquellos que hemos considerado más relevantes o de utilidad por el tema tratado.

Bibliografía

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. Asturias: 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. México: 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 autores. 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

yuntamiento de Barcelona, 2011
www.bcnantirumors.cat
Con un diseño atractivo y accesible,
propone al usuario una fórmula
para combatir los rumores y estereotipos
sobre diversidad cultural,
que se resume en tres conceptos:
Infórmate, Piensa y Actúa
Dirección de inmigración. Ayuntamiento de Barcelona. CEA, 2011
Instrucciones para combatir rumores y estereotipos
sobre la diversidad cultural en Barcelona
Recoge 12 rumores sobre la inmigración y
ofrece datos que los desmienten. para
ahora, el Manual es un documento de trabajo
que hay que ir actualizando y que sirve de
base para los trabajos de la Red BCN
Antirumores, formada por más de doscientos
miembros (entidades, equipamientos
municipales, personas a título individual ...)
Andreu Faro Lalanne, 2010
Chistes y humor gráfico para trabajar sobre inmigración
Andreu Faro Lalanne es un dibujante y humorista que trabaja en varios
medios escritos y digitales (como por ejemplo el Diario de Tarragona o Criaturas.
cat, donde colabora de forma habitual). En su web, además de multitud de chistes
y viñetas de diferentes temáticas,
se puede encontrar un apartado especial dedicado
a la inmigración, material que puede
ser muy útil para trabajar y sensibilizar
sobre algunas problemáticas como
la integración, los prejuicios o incluso
temas de actualidad como el debate
sobre el velo islámico.

Miguel de la Blanca. Con el apoyo de la Dirección de Inmigración. Ayuntamiento de Barcelona, 2011. Rosita Barcelona. El cómic, realizado por el ilustrador Miguel Gallardo, retrata la vida de Rosita, una jubilada de Barcelona, y Blanca, la chica de origen peruano que la cuida. A través de sus conversaciones, se irán desmontando los tópicos más habituales sobre la inmigración. Consejo Comarcal del Vallès Occidental. D-CAS - Colectivo de Analistas Sociales, 2009. Material didáctico complementario a la exposición itinerante para combatir prejuicios y rumores sobre la diversidad: Viaje a Tatinutropo. Estos materiales contienen una serie de actividades que están especialmente pensadas para trabajar, con el alumnado de Secundaria, Bachillerato y Ciclos Formativos, conceptos clave como los estereotipos, la discriminación étnica o los rumores. los materiales didácticos son parte de las acciones paralelas pensadas para complementar la exposición itinerante Viaje a Tatinutropo. Manual práctico para combatir prejuicios y rumores sobre la diversidad étnica. Consejo Comarcal del Vallès Occidental, D-CAS - Colectivo de Analistas Sociales, 2008. Manual práctico para combatir prejuicios y rumores sobre la diversidad étnica. Este material quiere ayudar al personal técnico que trabaja en la atención directa a la ciudadanía a hacer frente a rumores, prejuicios y falsas concepciones sobre la diversidad por razón de la procedencia, las costumbres, las creencias o simplemente por la apariencia física los individuos. Con este manual se pretende buscar soluciones prácticas para a situaciones reales, ya que es una herramienta de uso ágil para los profesionales del mundo local. Cruz Roja, 2006. Pistas metodológicas para la sensibilización intercultural. En este documento se exponen los criterios y los fundamentos que deberían guiar el diseño y la puesta en práctica de actuaciones de sensibilización, sea desde una vertiente formal (campañas, sesiones educativas) o informal (mediante el trato diario con los usuarios, etc.).

Mesa para la Diversidad en el Audiovisual de Cataluña, 2007. Manual de acercamiento a los medios. El objetivo central de este manual es servir de guía para que las personas y los colectivos de personas inmigradas puedan convertirse en protagonistas y gestores de sus informaciones y de las noticias que generan. Pretende ayudarles a proyectar la imagen que quieren

aportar ya consolidar su presencia en la sociedad catalana.
Secretaría para la Inmigración. Generalitat de Catalunya
Datos que rompen tópicos.

www.gencat.cat

Espacio de la Secretaría para la Inmigración
en el que se incluyen informaciones
y datos que ayudan a
tener una percepción sobre la inmigración
y sus efectos ajustada a
la realidad. El objetivo principal es
romper tópicos erróneos sobre los
que a menudo se construyen las
bases del racismo social.

SALTO-YOUTH (Centro de Recursos
de la UE), 2005
A guide to European Diversity
Guía destinada a los jóvenes europeos como futuro
de nuestra sociedad, tiene como objetivo ayudar
a comprender la diversidad. Destaca la importancia
de la educación para combatir prejuicios y
también informa sobre proyectos y actividades destinadas
a jóvenes para fomentar el respeto y la
diversidad. www.salto-youth.net

Royal Geographical Society, 2008
UK migration controversias
Guía orientada al público británico en general
que explica algunos de los datos sobre
migración y su impacto en la economía del
Reino Unido. Su objetivo es tratar de
manera sencilla pero argumentada aquellos
aspectos que relacionan la inmigración con
problemáticas económicas y que no son
reales, y de esta manera quiere desmentir
mitos existentes.

Barnes & Noble y la ANTI-DEFAMATION
LEAGUE
101 ways to combat prejudice
Guía pensada para ser trabajada por los niños pero
con la ayuda de los padres, maestros o cuidadores. El objetivo
es presentar en forma de 101 consejos prácticos
como acabar con el odio, los prejuicios, y la discriminación
en EEUU.
Scott Llave, Mike Lestik, David Jensenius y Mike Lestik, 2010
www.understandingprejudice.org

Web americana que ofrece información y recursos educativos para tratar los prejuicios, la discriminación, el multiculturalismo y la diversidad. Su objetivo final es reducir el nivel de intolerancia y los prejuicios en la sociedad contemporánea. Así, existen recursos contra todos los tipos de prejuicios, incluidos algunos sobre los inmigrantes

Steve Stroessner, Catherine Buena y Laura Webster, 2010
www.reducingstereotypethreat.org

Esta web quiere ser un compendio de recursos para profesores, maestros, estudiantes y todo aquel que esté interesado en los problemas que se generan en torno a los estereotipos de todo tipo. Podemos encontrar artículos, resúmenes e investigaciones que se hacen en este campo. También nos sitúa sobre cuáles son las cuestiones sin resolver y los debates y controversias que hay en la literatura científica. Se incluyen sugerencias basadas en la investigación para reducir las consecuencias negativas de los estereotipos, en particular en el ámbito académico.