

Raccontare le persone migranti: gli stereotipi come narrazioni collettive

Alessia Rochira, Evelyn De Simone, Terri Mannarini

1. Introduzione. Il potere degli stereotipi sociali

La ricerca sul tema degli stereotipi sociali relativi alle persone immigrate rivela un *leitmotiv*: esiste una frattura profonda tra percezione e realtà nel modo in cui gli/le italiani/e guardano al fenomeno migratorio. Secondo gli intervistati/e dall'Ipsos, nel 2024 la presenza delle persone straniere in Italia è di circa un terzo della popolazione¹ mentre i dati ISTAT rivelano che si attesta ad appena il 9,2%². Questa distorsione, fra le altre cose, ci ricorda che la comprensione sociale del fenomeno migratorio, più che di dati oggettivi, è fatta di un sistema coerente di narrazioni collettive di cui fanno parte anche gli stereotipi sociali. Al di là delle definizioni più o meno condivise secondo cui gli stereotipi sociali sono «generalizzazioni condotte su un gruppo di persone, nelle quali caratteristiche identiche vengono attribuite a tutti i membri del gruppo, senza tenere conto delle variazioni tra i membri»³, appare rilevante considerare il loro funzionamento. Gli stereotipi sociali agiscono come vere e proprie "meta-storie", sistemi di significato che orientano la percezione della realtà sociale e, così facendo, orientano atteggiamenti e comportamenti collettivi⁴.

Il discorso collettivo sulle persone migranti ruota attorno a quattro rappresentazioni convenzionali che veicolano altrettanti stereotipi sociali⁵. La prima, forse la più insidiosa, è quella che lega indissolubilmente migrazione e criminalità e che relega le persone migranti ad una condizione permanente di clandestinità e illegalità, a volte agita tal altre subita. La seconda narrazione, ma solo in ordine di presentazione, racconta il fenomeno migratorio come un'invasione, un'emergenza incontrollabile ed impossibile da gestire. Una terza rappresentazione ruota attorno alla minaccia materiale ed economica rappresentata dalle persone migranti che sottraggono

¹ Cfr. Ipsos, *Ciak MigrAction: indagine sulla percezione del fenomeno migratorio in Italia. Sondaggio condotto per WeWorld Onlus*. Presentato a Bologna il 10 ottobre 2019. In «ipsos.com», link: <https://www.ipsos.com/it-it/ciak-migraction-indagine-sulla-percezione-del-fenomeno-migratorio-italia>, ultima consultazione: 13.02.2026.

² Cfr. ISTAT, *Indicatori demografici 2024*, Roma 2025, p. 3.

³ E., Aronson, T.D, Wilson, & S.R. Sommers, *Psicologia Sociale*, ed. it. a cura di P. Villano, Il Mulino Bologna, 2019, p. 47

⁴ Cfr. J.L. Hilton, W. von Hippel, *Stereotypes*, in «Annual Review of Psychology», 1996, vol. 47, pp. 237-271.

⁵ Cfr. A. Rochira, E. Avdi, I. Kadianaki, A. Pop, R. R. Redd, G. Sammut, A. Suerdem, *Immigration*, in *Media and the Social Representations of Otherness*, a cura di T. Mannarini, G.A. Veltri, S. Salvatore, Springer, Cham 2020, pp. 39-59.

ingiustamente alle popolazioni locali risorse essenziali (es. occupazione, sanità, istruzione, etc.). Infine, complementare alla minaccia materiale è quella simbolica-culturale secondo cui le persone migranti attentano alla sopravvivenza della cultura e delle tradizioni nazionali.

Ciò che rende questi stereotipi particolarmente potenti è la loro capacità di operare al di sotto della soglia della consapevolezza critica⁶. Diventati parte del senso comune, essi agiscono da cornice interpretativa attraverso meccanismi inferenziali impliciti e automatici, generando associazioni che paiono scontate e, soprattutto, inconfutabili. Serge Moscovici, negli anni '60, ha spiegato chiaramente come si forma la conoscenza sociale⁷ di fenomeni complessi, come quello migratorio, e come il senso comune consenta alle persone di attribuire significato a qualcosa di inatteso e perturbante, integrandolo in visioni del mondo già esistenti. In questa prospettiva, il senso comune semplifica e oggettivizza il fenomeno migratorio attraverso narrazioni convenzionali costruite su pochi significati ricorrenti ma potenti, capaci di orientare tanto la valutazione delle persone migranti quanto i comportamenti nei loro confronti.

Ciò che rende gli stereotipi sociali racconti estremamente convincenti è la loro tendenza ad autoriprodursi e prosperare anche di fronte a evidenze che li contraddicono. Kashima⁸, in uno studio del 2000 sulla riproduzione seriale di narrazioni, ha evidenziato come nelle catene di trasmissione tra individui, l'informazione coerente con gli stereotipi diventi progressivamente prevalente, mentre quella contro-stereotipica venga sostanzialmente persa, con il risultato che le persone convergono spontaneamente verso contenuti sempre più uniformi e aderenti agli stereotipi condivisi.

Un altro meccanismo che alimenta il potere degli stereotipi sociali è la tendenza delle persone ad usare un linguaggio diverso per descrivere i comportamenti positivi e negativi dei membri del proprio gruppo (*ingroup*) e dei membri dei gruppi ai quali non appartengono (*outgroup*)⁹. Un linguaggio astratto viene preferito per descrivere i comportamenti positivi di singoli membri così da generalizzare la valutazione positiva a tutto l'*ingroup*. Al contrario, il comportamento negativo viene descritto in termini specifici e individuali in modo da essere etichettato come un caso isolato. Specularmente, comportamenti positivi agiti da un membro dell'*outgroup*, ad esempio una persona migrante, sono raccontati come episodici mentre un'azione negativa, come un reato, è descritta come caratteristica comune a tutti i membri dell'*outgroup*.

⁶ Cfr. P.G. Devine, *Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components*, in «Journal of Personality and Social Psychology», 1989, vol. 56, n. 1, pp. 5-18.

⁷ Cfr. S. Moscovici, *Social Representations: Explorations in Social Psychology*, a cura di G. Duveen, Polity Press, Cambridge 2000, pp. 18-77.

⁸ Cfr. Y. Kashima, *Maintaining Cultural Stereotypes in the Serial Reproduction of Narratives*, in «Personality and Social Psychology Bulletin», 2000, vol. 26, n. 5, pp. 594-604: 596-599.

⁹ Cfr. A. Maass, *Linguistic Intergroup Bias: Stereotype Perpetuation Through Language*, in «Advances in Experimental Social Psychology», 1999, vol. 31, pp. 79-121: 85-97.

Gli stereotipi sociali sulle persone migranti ripropongono questo *pattern*: generalizzazioni ampie di singoli episodi o eventi concreti quando si tratta di comportamenti negativi, eccezioni isolate e straordinarie quando si tratta di episodi o eventi positivi.

Intendere gli stereotipi sociali sui migranti come narrazioni collettive significa non limitarsi a considerare la loro funzione cognitiva di semplificazione e organizzazione della realtà sociale in categorie e gruppi discreti, diversi e confrontabili; ma anche prendere in considerazione la loro funzione sociale come principi organizzatori delle relazioni fra *ingroup* e *outgroup* all'interno di determinato contesto. Questo aspetto emerge con particolare evidenza se si considerano le dinamiche di potere intergruppi che gli stereotipi sociali riflettono, come spiega lo *Stereotype Content Model* (Modello del Contenuto dello Stereotipo).

2. Il Modello del Contenuto dello Stereotipo

Con il Modello del Contenuto dello Stereotipo (MCS), Fiske e colleghi, all'inizio degli anni 2000, hanno apportato un contributo significativo alla comprensione del potere degli stereotipi di regolare le relazioni fra i gruppi sociali¹⁰. Il modello postula che di fronte ai membri dell'*outgroup*, le persone si pongano due domande fondamentali con un'importante funzione adattiva: "quali sono le intenzioni dell'altro nei miei confronti? e quali capacità possiede per realizzarle?" In primo luogo, valutano le intenzioni dell'altro nei confronti di sé stessi e del proprio *ingroup*, determinando se queste siano positive (aiuto) o negative (aggressione). Tale valutazione corrisponde alla dimensione del calore (*warmth*), ovvero la stima di quanto i membri dell'*outgroup* siano amichevoli, cordiali, sinceri e affidabili. In secondo luogo, riguarda le capacità dell'altro di comportarsi coerentemente con le proprie intenzioni e perseguire i propri obiettivi. Questa valutazione corrisponde alla dimensione della competenza (*competence*) che orienta la percezione dei membri dell'*outgroup* come intelligenti, abili, efficienti e determinati¹¹.

Queste due dimensioni non sono indipendenti, ma si combinano ortogonalmente generando quattro configurazioni stereotipiche diverse, ciascuna associata a specifici *pattern* emotivi e comportamentali (Figura 1). Questa è probabilmente l'innovazione più significativa del MCS poiché, a differenza dei precedenti approcci unidimensionali che articolavano il contenuto degli stereotipi sociali lungo un *continuum* positivo-

¹⁰ Cfr. S.T. Fiske, A.J.C. Cuddy, P. Glick, J. Xu, *Model of (Often Mixed) Stereotype Content: Competence and Warmth Respectively Follow From Perceived Status and Competition*, in «Journal of Personality and Social Psychology», 2002, vol. 82, n. 6, pp. 878-902: 878-885.

¹¹ Cfr. S.T. Fiske, J. Xu, A.C. Cuddy, P. Glick, *(Dis)respecting versus (Dis)liking: Status and interdependence predict ambivalent stereotypes of competence and warmth*, in «Journal of Social Issues», 1999, vol. 55, n. 3, pp. 473-489.

negativo¹², esso riconosce la natura intrinsecamente ambivalente della cognizione sociale: i gruppi sociali, infatti, possono essere oggetto di valutazioni contraddittorie, simultaneamente positive su una dimensione e negative sull'altra.

		Competenza	
		Bassa	Alta
Calore	Alto	Stereotipo paternalistico Basso status, non in competizione	Stereotipo di ammirazione Status alto, non in competizione
	Basso	Stereotipo sprezzante Basso status, in competizione	Stereotipo invidioso Status alto, in competizione

Figura 1. Modello del Contenuto dello Stereotipo (adattato e tradotto da Fiske et al., 2002, cit.).

I gruppi sociali percepiti come caldi e competenti suscitano ammirazione e orgoglio e tendenzialmente questo stereotipo sociale riguarda il proprio gruppo di appartenenza rappresentato in maniera uniformemente positiva. I gruppi sociali considerati freddi e incompetenti suscitano, al contrario, emozioni di disprezzo o disgusto. Questo tipo di stereotipo etichetta i gruppi marginalizzati, come persone senza fissa dimora o dipendenti da sostanze, considerati dannosi per la società¹³.

Le due combinazioni ambivalenti sono quelle che suscitano, però, il maggiore interesse. I gruppi sociali percepiti come competenti ma freddi attivano risposte emotive come l'invidia e l'astio: proprio perché competenti questi gruppi sociali sono percepiti come competitivi e costituiscono una minaccia per il benessere dell'*ingroup*¹⁴. I gruppi sociali percepiti come caldi ma incompetenti suscitano, al contrario, emozioni come la pietà e la compassione; si tratta di gruppi sociali benvenuti ma non rispettati né considerati competitivi, proprio perché incompetenti¹⁵.

Nel 2007, l'elaborazione della *BIAS map* (*Behaviors from Intergroup Affect and Stereotypes*) da parte di Cuddy, Fiske e Glick¹⁶ ha esteso ulteriormente il modello, collegando gli stereotipi ai comportamenti discriminatori attraverso la mediazione

¹² Cfr. G.W. Allport, *The nature of prejudice*, Addison-Wesley, Reading (MA) 1954.

¹³ Cfr. S.T. Fiske, J. Xu, A.C. Cuddy, P. Glick, *(Dis)respecting Versus (Dis)liking: Status and Interdependence Predict Ambivalent Stereotypes of Competence and Warmth*, cit., pp. 473-489.

¹⁴ Cfr. Ibidem.

¹⁵ Cfr. A.J.C. Cuddy, S.T. Fiske, P. Glick, *Warmth and Competence as Universal Dimensions of Social Perception: The Stereotype Content Model and the BIAS Map*, in «Advances in Experimental Social Psychology», 2008, vol. 40, pp. 61-149.

¹⁶ Cfr. A.J.C. Cuddy, S.T. Fiske, P. Glick, *The BIAS Map: Behaviors from Intergroup Affect and Stereotypes*, in «Journal of Personality and Social Psychology», 2007, vol. 92, n. 4, pp. 631-648.

delle emozioni. La mappa identifica *pattern* comportamentali specifici distinguibili lungo due assi: attivo *versus* passivo, e facilitazione *versus* danneggiamento. La percezione del calore si traduce in comportamenti attivi, di facilitazione verso gruppi “caldi” o di danneggiamento verso gruppi “freddi”; la percezione di competenza, invece, si associa a comportamenti passivi, di affiliazione verso gruppi competenti o di esclusione verso quelli incompetenti. In questa formulazione più recente, le emozioni non sono semplici epifenomeni, ma autentici mediatori nel processo che conduce dagli stereotipi ai comportamenti, rendendo il modello più dinamico e sensibile alle specificità contestuali.

3. Il contenuto degli stereotipi sociali riferiti alle persone migranti

La validità transculturale dello MCS è stata documentata in oltre cinquanta paesi¹⁷ avvalorando come calore e competenza rappresentino dimensioni universali della cognizione sociale. In particolare, i contributi che hanno applicato il modello allo studio degli stereotipi sociali relativi alle persone migranti hanno rivelato come il contenuto di questi stereotipi sia fortemente interconnesso con la struttura sociale e le specifiche circostanze migratorie che caratterizzano ciascun contesto.

Uno studio pionieristico di Lee e Fiske¹⁸ condotto negli Stati Uniti ha svelato che quando vengono fornite informazioni specifiche su nazionalità, etnia e *status* socioeconomico delle persone migranti, i/le partecipanti elaborano contenuti stereotipici ampiamente differenziati fra loro. Gli immigrati asiatici, ad esempio, vengono percepiti come competenti ma freddi; gli immigrati latinoamericani, invece, sono valutati come poco competenti e di calore variabile. Diversamente dall'immagine generica e uniformemente negativa che tende a prevalere nel discorso pubblico secondo cui gli immigrati sono inaffidabili e incompetenti, i risultati della ricerca hanno rivelato che il contenuto degli stereotipi varia quando l'informazione sociale diventa più ricca e contestualizzata.

La ricerca europea ha confermato e ampliato queste evidenze. In Germania, Kotzur e colleghi¹⁹ hanno mappato gli stereotipi riferiti a undici diversi gruppi di rifugiati,

¹⁷ Cfr. A.J.C. Cuddy, S.T. Fiske, V.S.Y. Kwan, P. Glick, S. Demoulin, J.-P. Leyens, M.H. Bond, J.-C. Croizet, N. Ellemers, E. Sleebos, T.T. Htun, H.-J. Kim, G. Maio, J. Perry, K. Petkova, V. Todorov, R. Rodríguez-Bailón, E. Morales, M. Moya, M. Palacios, V. Smith, R. Perez, J. Vala, R. Ziegler, *Stereotype Content Model Across Cultures: Towards Universal Similarities and Some Differences*, in «British Journal of Social Psychology», 2009, vol. 48, n. 1, pp. 1-33; S.T. Fiske, F. Durante, *Stereotype Content Across Cultures: Variations on a Few Themes*, in *Handbook of Advances in Culture and Psychology* a cura di M.J. Gelfand, C.-Y. Chiu, Y.-Y. Hong, 6 voll., Oxford University Press, Oxford 2016, vol. VI, pp. 209-258.

¹⁸ Cfr. T.L. Lee, S.T. Fiske, *Not an Outgroup, Not Yet an Ingroup: Immigrants in the Stereotype Content Model*, in «International Journal of Intercultural Relations», 2006, vol. 30, n. 6, pp. 751-768.

¹⁹ Cfr. P.F. Kotzur, N. Forsbach, U. Wagner, *Warmth and Competence Stereotypes About Immigrant Groups in Germany*, in «PLoS ONE», 2019, vol. 14, n. 9, e0223103.

mostrando come le valutazioni di calore e competenza variano in funzione della regione di origine, del motivo della migrazione e dell'affiliazione religiosa. I rifugiati siriani, ad esempio, ricevono valutazioni diverse dai rifugiati provenienti dai Balcani o dall'Africa subsahariana, suggerendo che anche la categoria "rifugiato" includa narrazioni etnico-culturali specifiche e ben definite. Similmente, una ricerca condotta in Norvegia²⁰ ha evidenziato come nei paesi caratterizzati da minore disuguaglianza economica e sociale il contenuto degli stereotipi tende ad essere più coerente, positivo o negativo su entrambe le dimensioni. Al contrario, in paesi con disuguaglianze più marcate, il contenuto degli stereotipi sui/sulle migranti presenta contenuti maggiormente contraddittori.

Per quanto riguarda il contesto italiano, in uno studio del 2010²¹, Volpato e Durante hanno utilizzato il MCS per analizzare il contenuto degli stereotipi verso diverse nazionalità di persone migranti. I risultati dello studio hanno confermato la tendenza evidenziata dalle ricerche condotte in altri paesi europei ed extraeuropei²²: le persone differenziano sistematicamente le valutazioni in base all'origine nazionale e allo *status* socioeconomico percepito dei gruppi migranti. Il lavoro ha svelato la presenza di stereotipi paternalistici verso i gruppi percepiti come caldi ma poco competenti e di stereotipi sprezzanti verso quelli percepiti come freddi e incompetenti.

Più in generale, la letteratura italiana e internazionale concordemente riconosce la valenza euristica del MCS per comprendere come il contenuto degli stereotipi sociali sugli/le immigrati/e rifletta l'organizzazione simbolica delle relazioni tra *ingroup* e *outgroup* all'interno di specifici contesti territoriali. In altre parole, gli stereotipi verso le persone migranti sono narrazioni culturalmente condivise che cristallizzano le tensioni, le paure, le aspettative reciproche e le dinamiche di potere che caratterizzano le relazioni tra popolazione autoctona e i gruppi migranti in uno specifico momento storico e contesto sociale.

²⁰ Cfr. H.H. Bye, H. Herrebrøden, G.J. Hjetland, G.Ø. Røyset, L.L. Westby, *Stereotypes of Norwegian Social Groups*, in «Journal of Psychology», 2014, vol. 55, n. 5, pp. 469-476; F. Durante, S.T. Fiske, N. Kervyn, A.J.C. Cuddy, A. Akande, B.E. Adetoun, M.F. Adewuyi, M.M. Tserere, A. Al Ramiah, K.A. Mastor, F.K. Barlow, G. Bonn, R.W. Tafarodi, J. Bosak, E. Cairns, C. Doherty, D. Capozza, A. Chandran, X. Chrysoschoou, T. Iatridis, J.M. Contreras, R. Costa-Lopes, R. González, J.I. Lewis, G. Tushabe, J.P. Leyens, R. Mayorga, N.N. Rouhana, V.S. Castro, R. Perez, R. Rodríguez-Bailón, M. Moya, E.M. Marente, M.P. Gálvez, C.G. Sibley, F. Asbrock, C.C. Storari, *Nations' Income Inequality Predicts Ambivalence in Stereotype Content: How Societies Mind the Gap*, in «British Journal of Social Psychology», 2012, vol. 52, n. 4, pp. 726-746.

²¹ Cfr. C. Volpato, F. Durante, *Tra paternalismo e disprezzo: Gli stereotipi dei gruppi immigrati in Italia*, in *L'incontro interculturale: Forme, processi, percorsi*, a cura di B.M. Mazzara, Unicopli, Milano 2010, pp. 85-96.

²² Cfr. M. Navas, I. Cuadrado, J. M. Alvarado-Izquierdo, F. Molero, *Aplicación Extendida del Modelo del Contenido de los Estereotipos (MCE) Hacia Tres Grupos de Inmigrantes en España*, in «Studies in Psychology», 2013, vol. 34, n. 2, pp. 197-208; D. Grigoryev, S.T. Fiske, A. Batkhina, *Mapping Ethnic Stereotypes and Their Antecedents in Russia: The Stereotype Content Model*, in «Frontiers in Psychology», 2019, vol. 10, Article 1643.

4. Gli stereotipi sociali come narrazioni collettive: evidenze preliminari da due studi sugli immigrati pakistani in Italia

Le dinamiche di potere fra *ingroup* e *outgroup* possono essere considerate due delle trame principali attorno a cui sono costruite le narrazioni collettive che riguardano le relazioni fra gruppi diversi, narrazioni che sono sintetizzate e veicolate dagli stereotipi sociali. Sono proprio queste dinamiche di potere – a chi spettano le risorse, chi rappresenta una minaccia, chi ha diritto di accesso a opportunità limitate – che organizzano il contenuto degli stereotipi sociali e, come suggerisce il Modello del Contenuto dello Stereotipo, orientano le specifiche combinazioni di competenza e calore attribuite diversi gruppi sociali.

Il contenuto degli stereotipi sociali cambia al cambiare della specificità delle informazioni disponibili²³? E, soprattutto, cambia al cambiare dei ruoli di singoli membri di una comunità immigrata? Sono queste due delle principali domande di ricerca che hanno guidato due studi condotti fra il 2022 e il 2024 con il coinvolgimento di, rispettivamente, 405 e 873 residenti nella provincia di Lecce. In entrambi gli studi, i/le partecipanti sono stati invitati/e a valutare gli immigrati pakistani presenti in Italia su una serie di tratti riconducibili alle due dimensioni di competenza (i.e., intelligenti, capaci, efficienti) e calore (i.e., amichevoli, cordiali, affidabili).

I risultati preliminari raccontano due storie coerenti e, per certi versi, inattese. Tanto nel primo quanto nel secondo studio, gli immigrati pakistani vengono percepiti come più competenti che calorosi²⁴ e lo scarto fra le valutazioni di competenza e calore è statisticamente molto robusto, con un effetto di dimensione notevole che suggerisce che questa differenza sia sostanziale e sistematica.

In entrambi gli studi, si chiedeva di esprimere sia valutazioni sui pakistani in generale e poi, in maniera del tutto casuale, ogni rispondente visualizzava uno scenario diverso, ovvero una breve storia nella quale si parlava di una persona pakistana (fittizia) con la specificazione del suo ruolo sociale: un venditore ambulante, un missionario e un direttore finanziario. Come evidente, questi tre scenari riflettono combinazioni specifiche delle dimensioni di competenza e calore. L'ambulante riproduce lo stereotipo sprezzante, caratterizzato da bassi livelli di competenza e calore; il direttore finanziario corrisponde allo stereotipo invidioso, caratterizzato da alti livelli di competenza e bassi livelli di calore; infine, il missionario rispecchia lo stereotipo paternalista, caratterizzato da alti livelli di calore e bassi livelli di competenza. Per ragioni di controllo sperimentale, tutti gli scenari hanno fatto

²³ Cfr. T.L. Lee, S.T. Fiske, *Not an Outgroup, Not Yet an Ingroup: Immigrants in the Stereotype Content Model*, cit., pp. 751-768.

²⁴ Studio 1: Competenza: $M = 4.38$, $t(404) = 62.2$, $p < .001$; Calore: $M = 3.80$, $t(404) = 54.9$, $p < .001$. Studio 2: Competenza: $M = 4.97$, $t(808) = 97.9$, $p < .001$; Calore: $M = 4.29$, $t(812) = 83.3$, $p < .001$.

riferimento a figure maschili. Questa scelta ha permesso di isolare l'effetto del ruolo sociale (ambulante, missionario, direttore finanziario) sulle dimensioni di competenza e calore, evitando l'introduzione di variabilità legata al genere. Come dimostrato dalla letteratura sul tema²⁵, gli stereotipi riferiti a donne e uomini migranti differiscono sostanzialmente, e l'inclusione di entrambi i generi avrebbe richiesto un disegno sperimentale significativamente più complesso. La narrazione collettiva emersa, secondo la quale gli immigrati pakistani sono percepiti come più competenti e affidabili che calorosi, trova conferma anche quando i/le partecipanti si confrontano con membri dell'*outgroup* che ricoprono ruoli sociali diversi.

Le valutazioni dei partecipanti hanno confermato le aspettative teoriche o raccontano una storia diversa?

Il quadro che emerge dai due studi è articolato. Nel primo, i risultati confermano il *pattern* già osservato: gli immigrati sono percepiti più competenti che calorosi; tuttavia, non emerge una differenza statisticamente significativa tra i tre scenari²⁶. In altre parole, che i/le partecipanti abbiano valutato l'ambulante, il missionario o il direttore finanziario, la percezione degli immigrati pakistani come più competenti che calorosi è rimasta sostanzialmente stabile.

La narrazione che emerge dalla lettura dei risultati preliminari del secondo studio, invece, restituisce una visione di insieme più articolata. L'ambulante pakistano viene percepito come significativamente più competente che caloroso, ma entrambe le valutazioni si collocano su livelli moderati della scala²⁷. Il direttore finanziario, invece, riceve valutazioni decisamente più alte di competenza, le più alte tra tutti i gruppi valutati, mentre il livello di calore percepito aumenta solo marginalmente. Questo significa che la differenza tra competenza e calore diventa ancora più marcata, praticamente raddoppia rispetto a quella dell'ambulante. Il *pattern* che emerge è in linea con il Modello del Contenuto dello Stereotipo: le persone valutano un immigrato in una posizione di alto *status* professionale come competente ma non per questo lo sentono anche più vicino. Anzi, più le sue capacità sono evidenti, più tendono a mantenere la distanza emotiva tipica del contenuto degli stereotipi freddi ma competenti.

La ricerca di Durante e colleghi del 2012²⁸ suggerisce che nei paesi caratterizzati da maggiore disuguaglianza economica e sociale, gli stereotipi verso i migranti tendono a essere più ambivalenti e contraddittori. I risultati preliminari fin qui brevemente

²⁵ B.M. Mazzara, L. Botindari, *Stereotipi di genere e immagini delle donne migranti*, in, *Stereotipi e pregiudizi*, a cura di B. M. Mazzara, Il Mulino, Bologna 2014, pp. 187-210.

²⁶ Studio 1: competenza $F(2, 263) = 1.89$, $p = .153$; calore $F(2, 261) = 0.44$, $p = .644$. Studio 2: competenza $F(2, 430) = 21.38$, $p < .001$; calore $F(2, 428) = 9.74$, $p < .001$.

²⁷ Studio 1, Scenario 1 (ambulante): competenza $M = 4.20$, calore $M = 3.79$, $t(140) = 3.46$, $p < .001$. Studio 2, Scenario 1 (ambulante): competenza $M = 4.46$, calore $M = 4.05$, $t(186) = 4.63$, $p < .001$.

²⁸ Cfr. F. Durante, S.T. Fiske, N. Kervyn, A.J.C. Cuddy, A. Akande, B.E. Adetoun et al., *Nations' Income Inequality Predicts Ambivalence in Stereotype Content: How Societies Mind the Gap*, cit., pp. 726-746.

descritti sembrano confermare che anche l'Italia, paese con livelli significativi di disuguaglianza sociale²⁹, sia terreno fertile per la proliferazione di narrazioni stereotipate caratterizzate da questa ambivalenza: gli immigrati pakistani sono visti come competenti, in alcuni casi molto competenti, ma non per questo sono percepiti con maggiore calore o vicinanza emotiva.

C'è un aspetto metodologico che merita attenzione. Ai/alle partecipanti è stato chiesto quanto pensassero che la persona che avevano immaginato fosse "tipica" o "rappresentativa" degli immigrati pakistani in generale. Le risposte sono state piuttosto moderate, suggerendo che i/le partecipanti fossero consapevoli, almeno a livello esplicito, che un singolo ambulante, un singolo prete o un singolo direttore finanziario non rappresentassero tutti gli immigrati pakistani.

Questo risultato è particolarmente significativo considerando il contesto delle due ricerche. È verosimile che i/le partecipanti, residenti in un'area geografica dove la presenza effettiva di immigrati pakistani è piuttosto limitata³⁰, abbiano costruito le loro valutazioni non tanto su esperienze dirette di contatto quanto su rappresentazioni mediali e narrazioni collettive. Questo permette di osservare in modo particolarmente nitido come gli stereotipi funzionino come "meta-storie" che operano anche in assenza di molte occasioni di contatto diretto. Come spiega Kashima nel suo lavoro sulla riproduzione seriale delle narrazioni³¹, gli stereotipi funzionano proprio perché operano al di sotto della soglia della piena consapevolezza; similmente, le valutazioni automatiche di competenza e calore si attivano comunque, proprio guidate dalle narrazioni collettive che veicolano gli stereotipi sociali.

5. Conclusioni

I risultati preliminari di questi due studi consentono di tratteggiare, seppure in forma di bozza, la narrazione collettiva che gli italiani, o almeno quelli che hanno preso parte alle due ricerche, condividono a proposito della categoria degli immigrati pakistani e di alcuni sottogruppi specifici. In generale, sembrerebbe che gli stereotipi sociali riferiti agli immigrati pakistani abbiano un contenuto invidioso più che paternalista o sprezzante³². Gli immigrati pakistani sono percepiti tendenzialmente più competenti che calorosi, sia in generale che trasversalmente a ruoli sociali diversi.

²⁹ Cfr. ISTAT, *Le disuguaglianze nella distribuzione del reddito in Italia*, Rapporto annuale, Roma 2023, p. 24.

³⁰ Cfr. ISTAT, *Censimento permanente della popolazione. Focus Puglia 2022*, Roma 2024, pp. 1-12. Nella provincia di Lecce risiedono 26.562 stranieri (18,7% del totale regionale), pari al 3,3% della popolazione provinciale, con una presenza limitata di cittadini pakistani rispetto ad altre comunità nazionali.

³¹ Cfr. Y. Kashima, *Maintaining Cultural Stereotypes in the Serial Reproduction of Narratives*, in «Personality and Social Psychology Bulletin», 2000, vol. 26, n. 5, pp. 594-604.

³² Cfr. S.T. Fiske, A.J.C. Cuddy, P. Glick, J. Xu, *A Model of (Often Mixed) Stereotype Content: Competence and Warmth Respectively Follow From Perceived Status and Competition*, cit., pp. 878-902.

Speculativamente potremmo concludere che queste narrazioni sembrano dirci che gli immigrati pakistani, siano essi ambulanti, direttori finanziari o missionari sono capaci, magari hanno anche successo, ma rimangono poco cordiali, estranei, e non completamente affidabili.

Questa conclusione, per quanto parziale e preliminare, acquista valore se vengono considerate le funzioni sociali degli stereotipi³³. Infatti, i risultati preliminari dei due studi, da una parte, suggeriscono che le storie collettive, per quanto potenti e resistenti, evolvono³⁴. Dall'altra, che narrazioni contro-stereotipiche che veicolano immagini di immigrati di successo per scardinare le narrazioni dominanti non necessariamente migliorano gli atteggiamenti e le relazioni intergruppi. Nel secondo studio, il direttore finanziario pakistano viene percepito come più competente dell'ambulante, ma non per questo diventa più caloroso, più vicino, più affidabile. Anzi, è lecito chiedersi se la maggiore competenza riconosciuta possa intensificare la percezione di minaccia e la distanza emotiva.

Questo risultato suggerisce che non basta cambiare un solo elemento di una narrazione per trasformare la trama complessiva. È proprio questa la forza degli stereotipi sociali: parti del loro contenuto sono abbastanza porose da assimilare informazioni nuove senza che il loro nucleo centrale, il messaggio di fondo, venga modificato³⁵.

I risultati dei due studi suggeriscono, seppur fra molte cautele, che per intaccare gli effetti negativi degli stereotipi sociali sulle relazioni intergruppi occorre costruire storie che raccontino gli immigrati non solo come "competenti" o "efficienti", ma anche come affidabili, amichevoli, e degni di fiducia. È l'integrazione delle due dimensioni, competenza e calore, che permette di delineare narrazioni collettive più inclusive in cui le persone migranti sono persone con cui condividere lo spazio sociale e, conseguentemente, costruire relazioni intergruppi più equilibrate e giuste.

³³ Cfr. V. Yzerbyt, *Intergroup Stereotyping*, in «Current Opinion in Psychology», 2016, vol. 11, pp. 90-95.

³⁴ Cfr. D. Martin, S. J. Cunningham, J. Hutchison, G. Slessor, K. Smith, *How Societal Stereotypes Might Form and Evolve via Cumulative Cultural Evolution*, in «Social and Personality Psychology Compass», 2017, vol. 11, n. 9, e12338.

³⁵ Cfr. Z. Richards, M. Hewstone, *Subtyping and Subgrouping: Processes for the Prevention and Promotion of Stereotype Change*, in «Personality and Social Psychology Review», 2001, vol. 5, n. 1, pp. 49-73.