

# Stereotipi, pregiudizi, bias... e altri effetti collaterali dell'essere umani

Alex Zanon, SCS Consulting

Tavolo Comunicazione – Gennaio 2022



Piacere di conoscervi



## Alex Zanon

Change Management & Behavioral Science Consultant | Trainer & Speaker | Adjunct Professor | President of AICANBE | GAABS Certified Member | Airplane Pilot for fun

Bologna, Emilia-Romagna, Italy · [Contact info](#)



SCS Consulting



Università di Bologna /  
University of Bologna

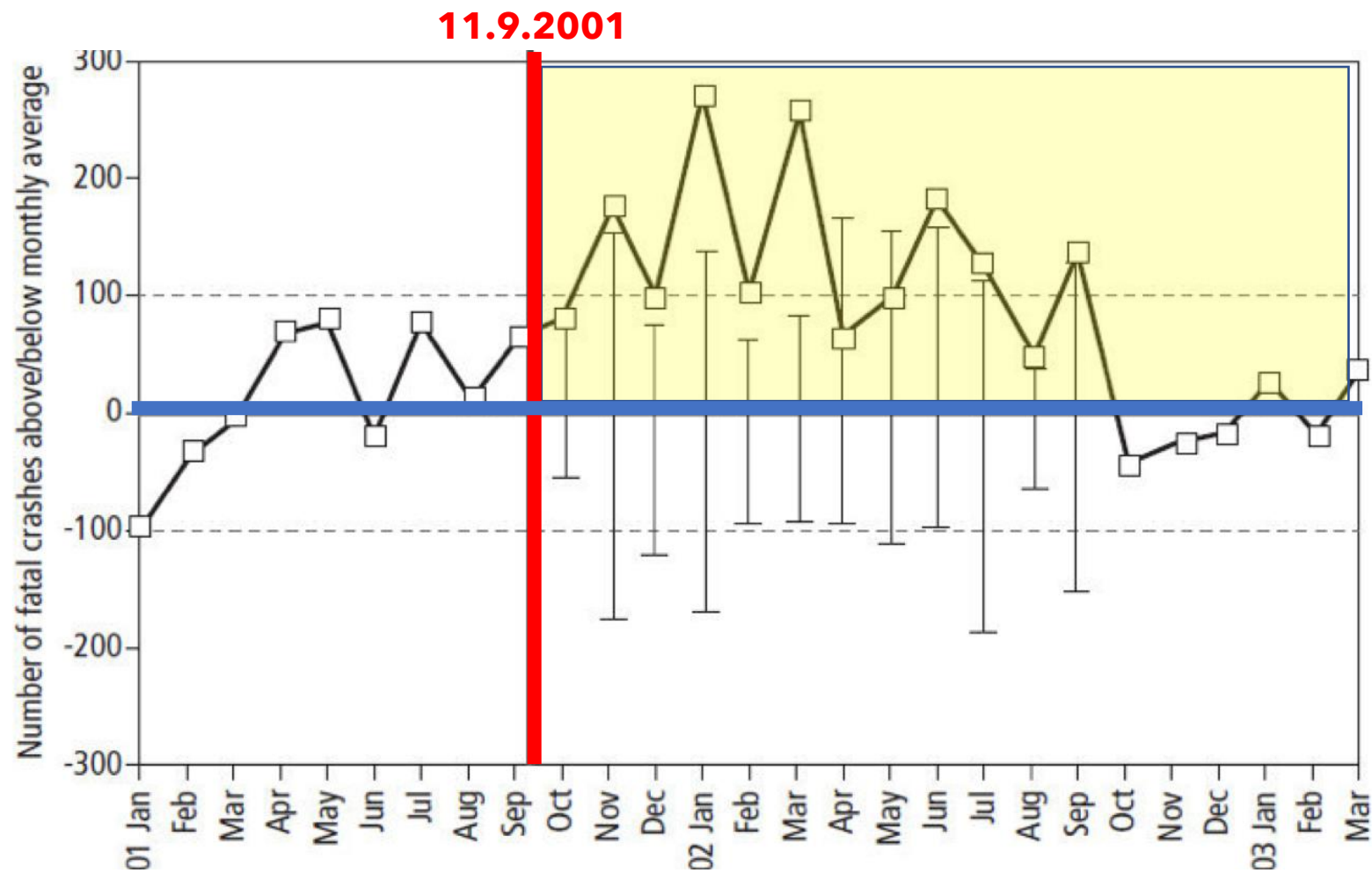


Come pensiamo...





# Come pensiamo...



+ 5% viaggi in auto

+ 1.600 incidenti mortali

Baseline di incidenti letali

(Gigerenzer, 2016)



# Come pensiamo...





La nostra postura nei confronti del comportamento umano

**«Humanas actiones non ridere, non lugere neque detestari, sed intelligere»**

*(B. Spinoza, Tractatus Theologico-Politicus, 1670)*

*«Delle azioni umane non riderne, non piangerne, non odiarle, ma comprendile»*



Giochiamo con i nostri pensieri!



# Metti una sera a cena...

Uscite a cena con Linda, che conoscete per la prima volta.

Chiacchierando con lei scoprite alcune cose sulla sua vita.

Linda ha 32 anni, è single, brillante e vivace.

Ha una laurea in filosofia.

Quando era studentessa era particolarmente sensibile ai temi della discriminazione e della giustizia sociale.

Vi racconta di aver partecipato a manifestazioni contro il nucleare.

**Terminata la cena, dopo averla salutata, mentre tornate verso la vostra auto vi ferma uno sperimentatore. Vi chiede...**





Metti una sera a cena...

## **Se dovessi scommettere 50€ diresti che...**

A) Linda lavora in banca

B) Linda lavora in banca ed è attiva nel movimento per i diritti delle donne



Rispondete alla domanda

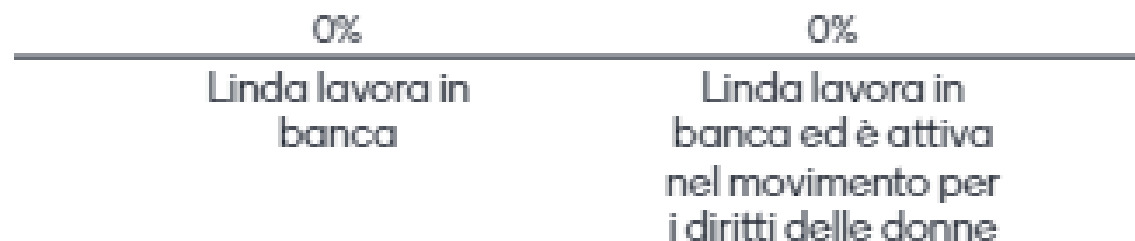




Go to [www.menti.com](http://www.menti.com) and use the code 8562 5355

Mentimeter

# Se dovessi scommettere € 50, diresti che...





## Due diversi modi di ragionare

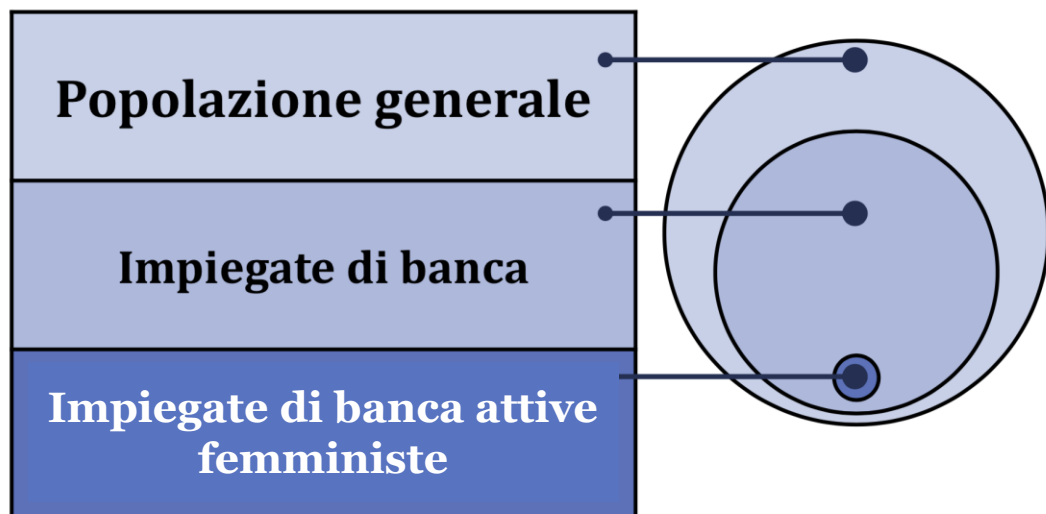


### **Euristica della rappresentatività**

La descrizione di Linda è coerente con l'immagine che abbiamo in mente di una «*femminista impegnata*»



# Due diversi modi di ragionare



## Errore di congiunzione

La co-occorrenza tra due eventi **non** può essere più probabile di ciascuno dei due eventi presi singolarmente!



Rispondete in chat!

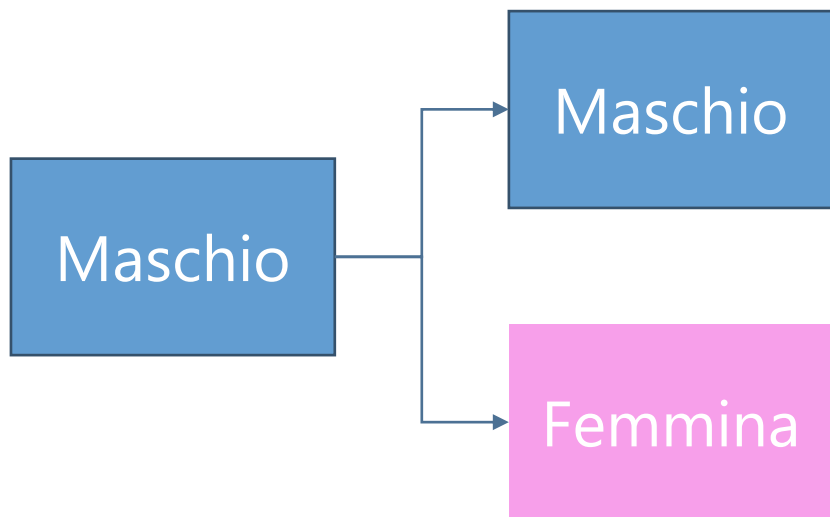
Ho due figli.

Uno è un maschio.

Qual è la probabilità che io abbia due maschi?



Sc scommetto che molti hanno ragionato così...

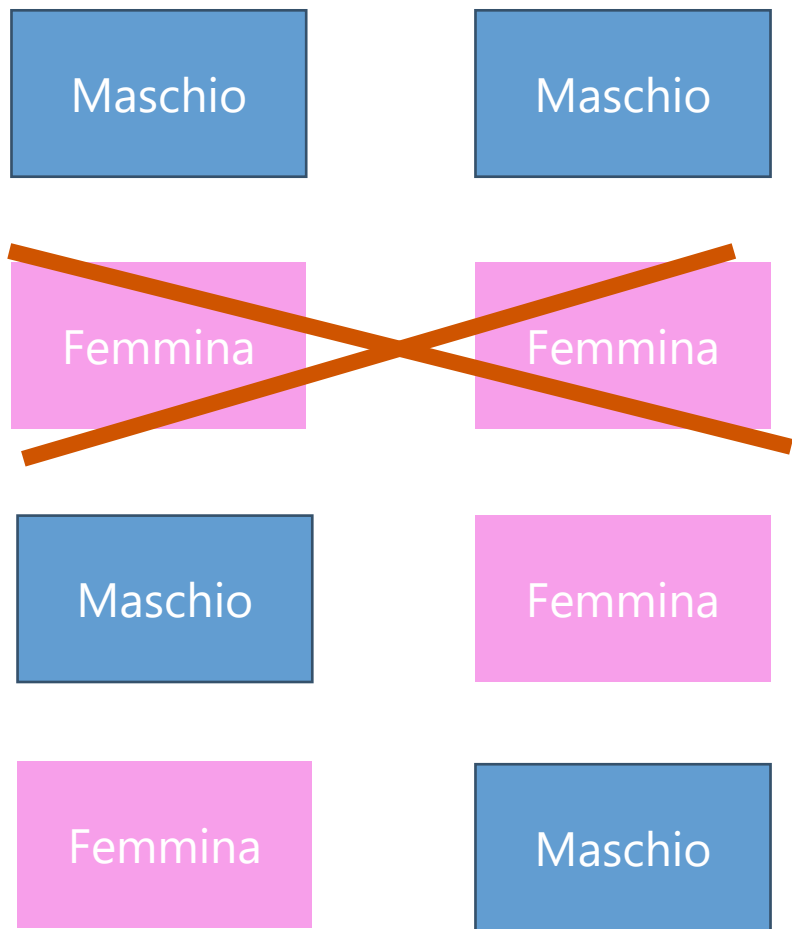


**50%!**

Peccato che sia sbagliata...



...ma avreste dovuto ragionare così!



Risposta corretta  
**1/3!**

Consolatevi, anche un genio come Leibniz riteneva che la probabilità di ottenere 11 con due dadi fosse uguale alla probabilità di ottenere 12!







Un cambio di paradigma fondamentale...



Da «**econi**»...



...a «**umani**»

La mente funziona come un sistema a

**RAZIONALITA' LIMITATA**

La qualità delle decisioni è limitata da **tempo**,  
**energia** mentale e **volontà**!



# I 2 sistemi con cui funziona la mente

## **SISTEMA 1**

«Pensieri veloci»

- E' automatico, istintivo, spontaneo
- E' molto rapido nel dare risposte immediate
- Non richiede sforzo, né comporta fatica
- Può andare in parallelo ad altro

## **SISTEMA 2**

«Pensieri lenti»

- E' intenzionale, volontario, focalizzato
- E' lento e opera in maniera sequenziale
- Richiede concentrazione, sforzo e fatica
- Opera in serie, non in parallelo



I 2 sistemi con cui funziona la mente

Il Sistema 1 dà risposte **immediate**, permette di reagire **rapidamente**... ma commette facilmente **errori**!



Il Sistema 2 dà risposte **affidabili** e ci fa agire **razionalmente**... ma richiede **sforzo, tempo** e **motivazione**!





# THE COGNITIVE BIAS CODEX

What Should We Remember?

We favor simple-looking options and complete information over complex, ambiguous options

To avoid mistakes, we aim to preserve autonomy and group status, and avoid irreversible decisions

To get things done, we tend to complete things we've invested time and energy in

To stay focused, we favor the immediate, relatable thing in front of us

Need To Act Fast

To act, we must be confident we can make an impact and feel what we do is important

We project our current mindset and assumptions onto the past and future

We think we know what other people are thinking

We simplify probabilities and numbers to make them easier to think about

Not Enough Meaning

We imagine things and people we're familiar with or fond of as better

We fill in characteristics from stereotypes, generalities, and prior histories

We tend to find stories and patterns even when looking at sparse data

We notice flaws in others more easily than we notice flaws in ourselves

We are drawn to details that confirm our own existing beliefs

We notice when something has changed

Bizarre, funny, visually striking, or anthropomorphic things stick out more than non-bizarre/unfunny things

Too Much Information

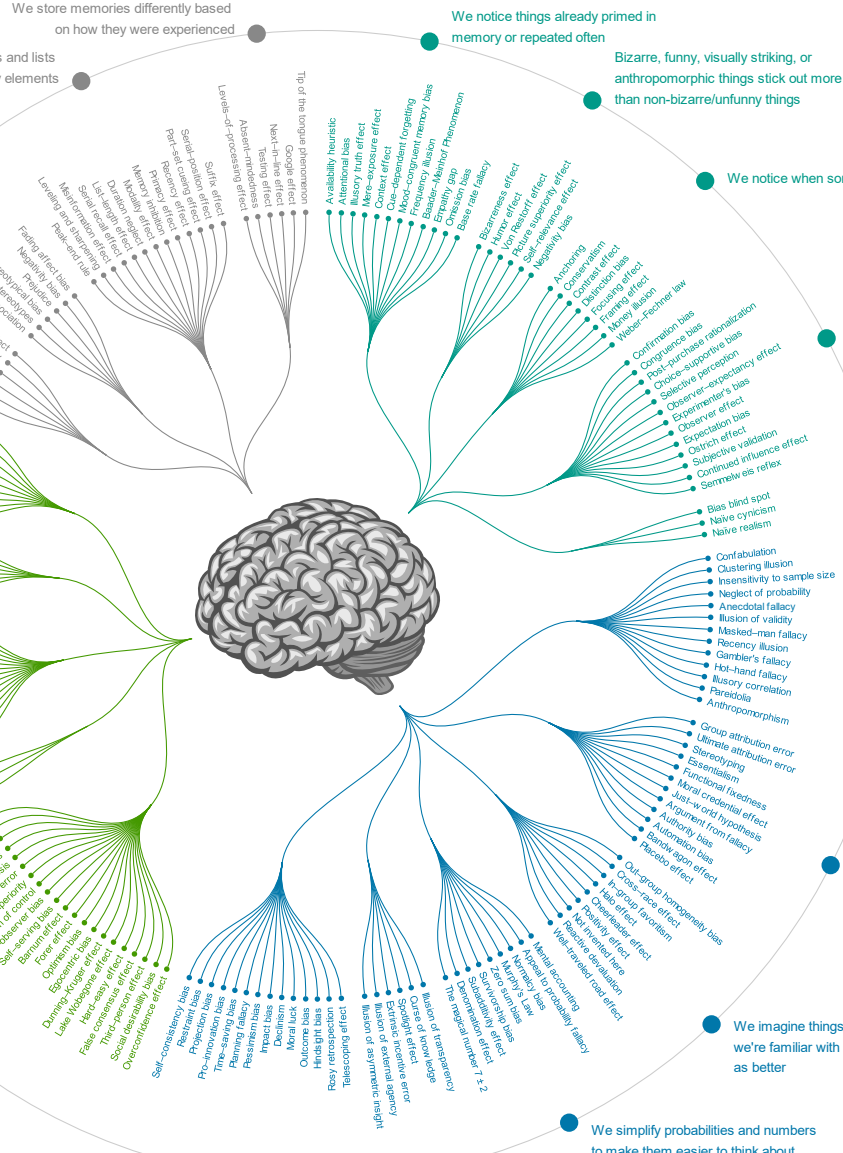
We notice things already primed in memory or repeated often

We store memories differently based on how they were experienced

We reduce events and lists to their key elements

We discard specifics to form generalities

We edit and reinforce some memories after the fact





# Stereotipi e pregiudizi



L'uomo è un animale sociale...

...fortemente **TRIBALE**

**INGROUP**

Gruppo sociale di cui ci sentiamo parte e con cui ci identifichiamo



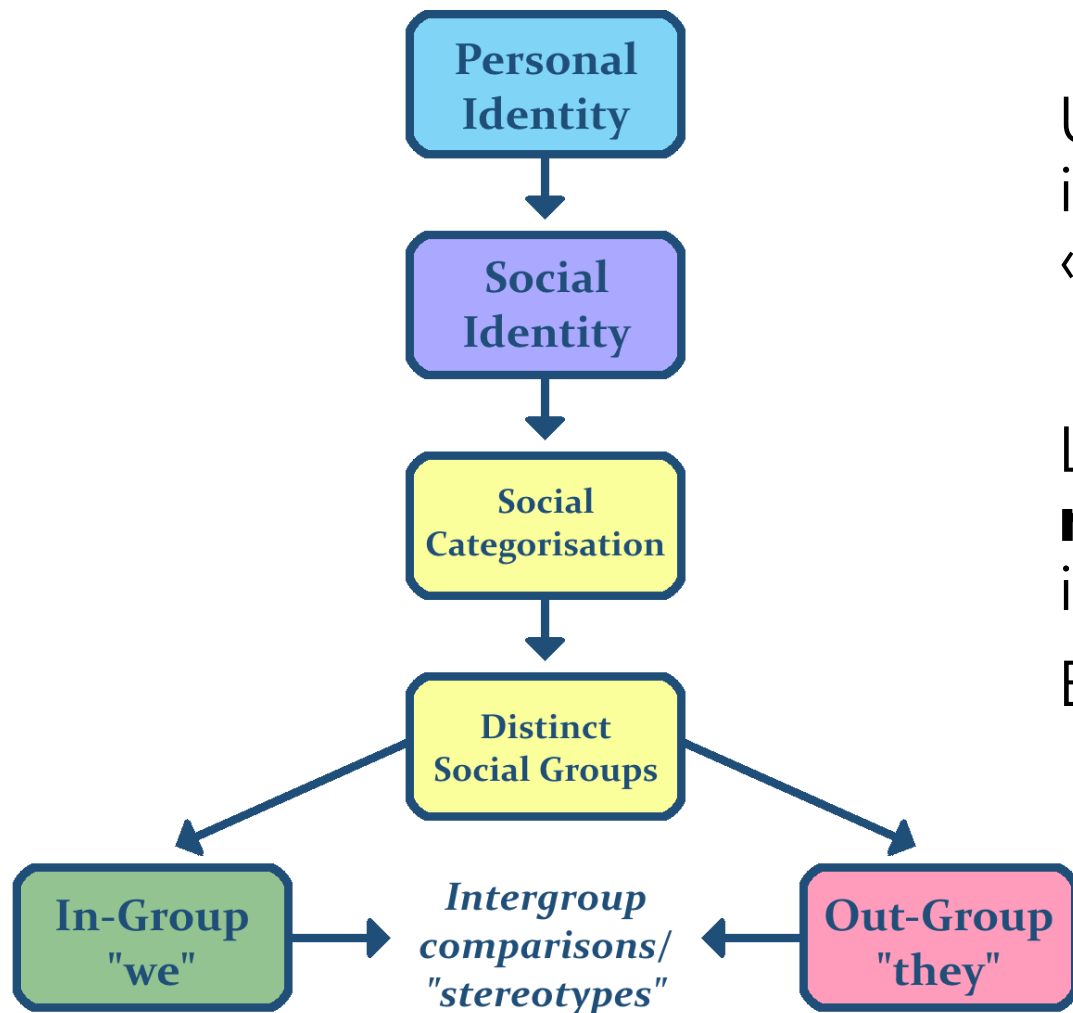
**OUTGROUP**

Gruppo sociale con cui NON sentiamo di appartenere e con cui NON ci identifichiamo

Siamo così tribali che ci **categorizziamo costantemente** in INGROUP e OUTGROUP su praticamente qualsiasi criterio...



...che ha bisogno di identità



Una parte importante della nostra identità, di «*chi ci sentiamo*», deriva dai «**gruppi a cui sentiamo di appartenere**»

L'identità è un **processo fluido** e **molteplice**: apparteniamo a più gruppi, in maniera **mutevole** e **discontinua**.

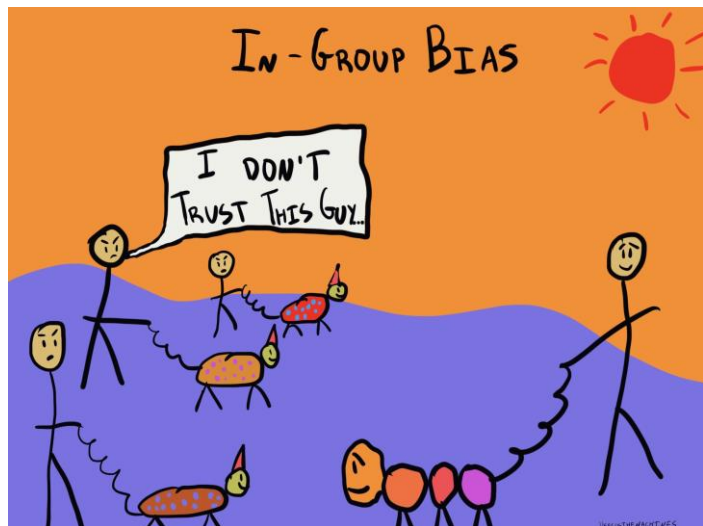
Es: «*Pro Vax*» / «*No Vax*»



# Effetti della categorizzazione sociale

## INGROUP BIAS

Tendiamo a **preferire automaticamente** le persone che appartengono al nostro INGROUP, a scapito di persone che percepiamo come parte dell'OUTGROUP



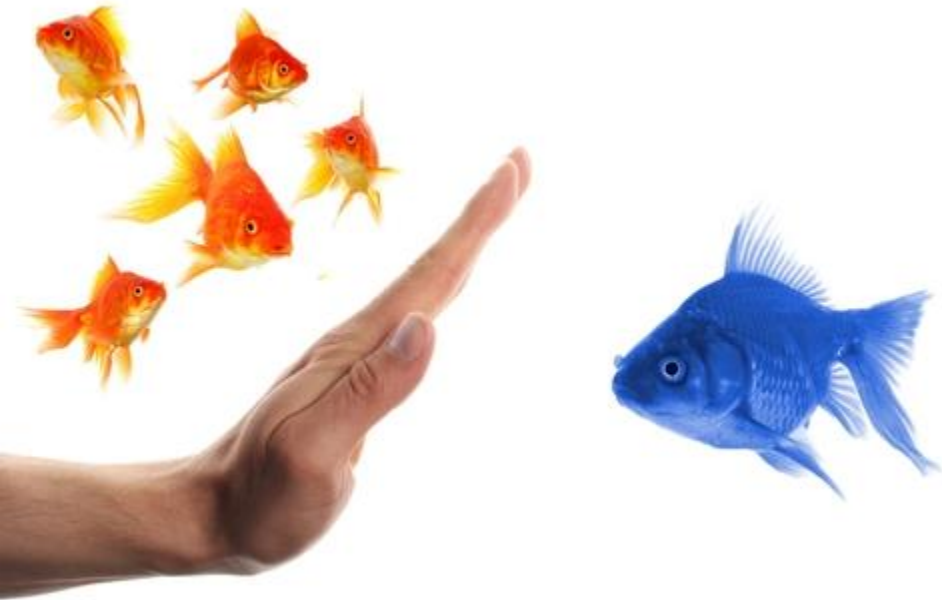
## OMOGENIZZAZIONE

Tendiamo a vedere i membri dell'OUTGROUP **molto omogenei tra loro**, mentre riconosciamo le differenze tra i membri dell'INGROUP





# Cos'è il pregiudizio?



Un pregiudizio è un **atteggiamento** - tendenzialmente negativo - verso un **gruppo** o verso i membri di un gruppo.



# Cos'è un atteggiamento?

Un atteggiamento è costituito da **3 componenti**

## COGNITIVA

Quali:

- **Opinioni**
- **Credenze**
- **Convinzioni**

...ho sull'oggetto dell'atteggiamento?

## AFFETTIVA

Quali:

- **Emozioni**
- **Sensazioni**
- **Sentimenti**

...provo nei confronti dell'oggetto dell'atteggiamento?

## COMPORIMENTALE

Che **intenzione**

comportamentale  
(azione / avvicinamento / allontanamento)

...è associata all'oggetto dell'atteggiamento?



# Cos'è lo stereotipo?

## COGNITIVA

Quali:

- **Opinioni**
- **Credeze**
- **Convinzioni**

...ho sull'oggetto dell'atteggiamento?

Lo stereotipo è la **parte cognitiva** del pregiudizio.

## AFFETTIVA

Quali:

- **Emozioni**
- **Sensazioni**
- **Sentimenti**

...provo nei confronti dell'oggetto dell'atteggiamento?

## COMPORAMENTALE

Che **intenzione**

comportamentale (azione / avvicinamento / allontanamento)

...è associata all'oggetto dell'atteggiamento?

Sono **immagini mentali** che rappresentano le **caratteristiche differenzianti** che attribuiamo a un certo gruppo sociale o ai suoi membri.

Sono i **tratti** che ci vengono velocemente in mente quando pensiamo a un certo gruppo sociale.

E' un **set di credenze / convinzioni** rispetto alle caratteristiche individuali di un gruppo sociale.



# La funzione di stereotipi e pregiudizi

Gli stereotipi **semplificano** e rendono **più facilmente elaborabile e comprensibile** la realtà attraverso categorizzazione e generalizzazione.

I pregiudizi **accelerano il processo decisionale** attivando una **risposta emotiva e comportamentale rapida** a fronte dell'attivazione dello stereotipo.



## Sono automatismi premiati dall'evoluzione perché...

- Aumentano il livello di protezione dalle possibili **minacce**
- Riducono gli **errori del II tipo**, quindi aumentano la fitness riproduttiva
- Consolidano le relazioni sociali **in-group**
- Consolidano **l'identità sociale**

Stereotipi e pregiudizi **iniziano a formarsi in età infantile** e sono diffusi in **qualsiasi cultura umana** che sia stata studiata, così come lo è *l'ingroup-bias*.



Siete nella savana e all'orizzonte l'erba si muove...



## Cosa fate?

Andate a controllare per verificare se si tratta di alito di vento o di tigre dai denti a sciabola

*Scelta che massimizza la razionalità della decisione*

Scappate a gambe levate come se non ci fosse un domani

*Scelta che massimizza le probabilità di sopravvivenza*



E' notte, siete soli e dovete scegliere quale vicolo fare...

← **Vicolo Stretto?**



**Vicolo Corto?** →



*Scelta che  
**massimizza le  
probabilità di  
sopravvivenza** (o  
di non subire  
reati)*

Nel 2020 i delitti commessi da **uomini sono stati l'82,1%** VS il **17,9% dalle donne**



# Elogio dello stereotipo e del pregiudizio

	Nel caso specifico, il pregiudizio è <u>VERO</u>	Nel caso specifico il pregiudizio è <u>FALSO</u>
Applico il pregiudizio	<b>Previsione corretta</b>	<b>Errore del I tipo</b> (condannare un innocente) <i>«Sono ingiusto, ma mi <b>salvo</b>»</i>
<u>NON</u> applico il pregiudizio	<b>Errore del II tipo</b> (assolvere un colpevole) <i>«Sono giusto, ma sono <b>morto</b>»</i>	<b>Previsione corretta</b>



# La relazione stereotipo - pregiudizio - discriminazione

## Si attiva lo stereotipo

*«I neri tendono a essere più violenti, più aggressivi e meno intelligenti»*

## Si attiva la risposta affettiva

- Paura
- Disprezzo
- Rabbia

## Si attiva la risposta comportamentale

*Evito di entrare in relazione con persone nere o, se lo faccio, sono guardingo*

## Si genera la discriminazione

*Le persone nere hanno minor accesso a opportunità e occasioni di scambio sociale*

*Potenzialmente può rinforzare le basi reali dello stereotipo*





## Esempi inquietanti

Il **60%** dei CEO negli USA ha  
un'altezza  $> 1,85$  m

**VS**

Il **14%** nella popolazione  
maschile generale

Blacker et al, «The height leadership advantage in men and women: testing evolutionary psychology predictions about the perceptions of tall leaders»,  
*Group Processes Intergroup Relations*, vol. 16, no 1, pag 17-27, Jan 2013



## Esempi inquietanti



**Heidi Roizen** (personaggio reale)  
*Venture Capitalist, Imprenditrice, Manager*

**Estremamente competente**

**«Troppo assertiva, aggressiva, egoista. Non vorrei collaborare con lei in team»**



**Howard Roizen** (di fantasia, stesso profilo)  
*Venture Capitalist, Imprenditore, Manager*

**Estremamente competente**

**«Leader capace, collaborerei volentieri con lui in un team»**



# Attività in 3 sottogruppi

**20 minuti**

**Pensate allo stereotipo che avete detto che i cittadini / i vostri colleghi potrebbero avere di «voi» in relazione al Lavoro Agile...**

**Come lo descrivereste in termini di...**

- Caratteristiche che vi vengono attribuite
- Comportamenti con cui venite rappresentati
- Atteggiamenti che vi contraddistinguono
- ...

Provate a disegnare su un foglio la «**chimera**» che meglio rappresenta lo stereotipo del dipendente PA in Lavoro Agile.

Assemblate un «animale immaginario», costituito da parti di altri animali, ciascuna delle quali rappresenti una loro **caratteristica distintiva!**



*«[...] Era il mostro di origine divina, leone la testa, il petto capra, e drago la coda; e dalla bocca orrende vampe vomitava di foco: e nondimeno, col favor degli Dei, l'eroe la spense [...]»*



Completiamo il pregiudizio...

**In plenaria**

**PARTE  
COGNITIVA**



**PARTE  
AFFETTIVA**

Quali **reazioni emotive** evoca lo stereotipo?

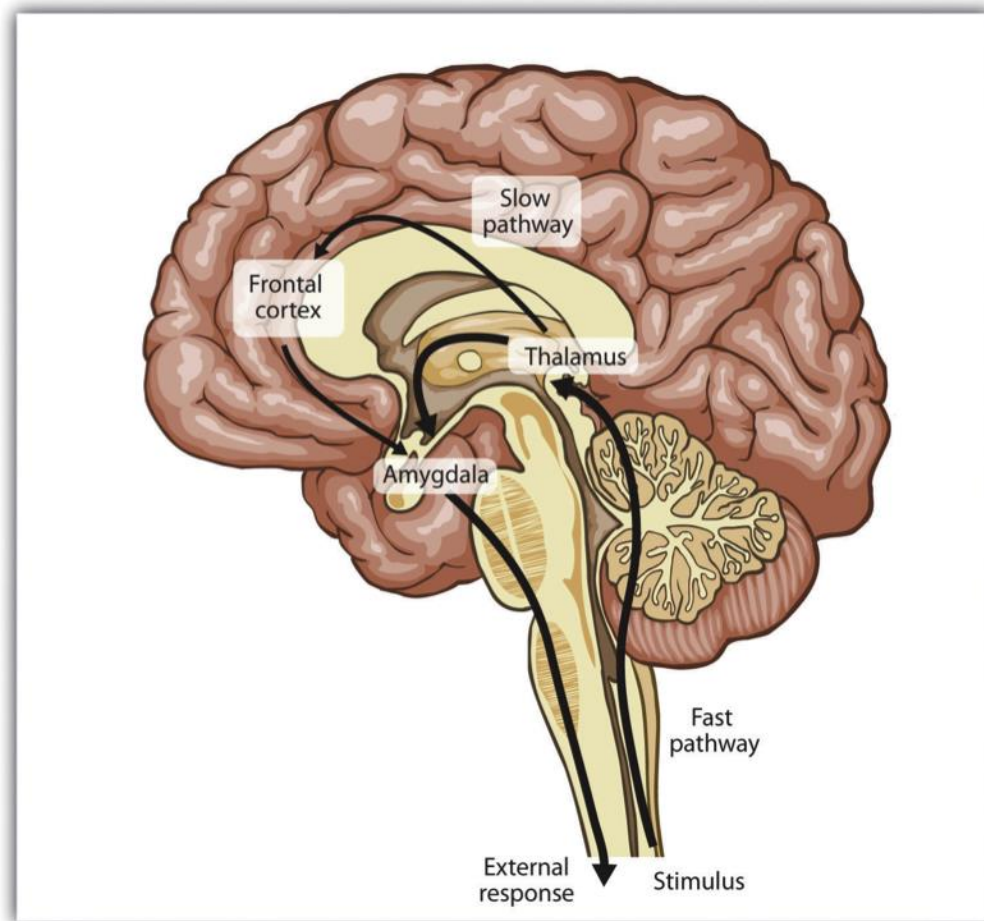
**PARTE  
COMPORAMENTALE**

Quali **reazioni comportamentali** tipiche ne conseguono?



Un principio fondamentale

Quando si vogliono influenzare le decisioni, occorre agire **sia** sul **Sistema 1** che sul **Sistema 2!**





Come ridurre il pregiudizio?



Ecco 3 numeri

**2 - 4 - 6**

**Questa tripletta di numeri segue una regola.  
Il vostro compito è scoprire questa regola.**

Per scoprirla, dovrete formulare - una alla volta - **altre triplette di numeri.**

Ogni volta, per ciascuna tripletta, io vi dirò se la **vostra tripletta SEGUE o NO** la vera regola.

Quando qualcuno di voi sente di aver raccolto abbastanza indizi, può **tentare di dare la soluzione.**

**Attenzione: avete solo un tentativo per dare la soluzione corretta!**

L'obiettivo è scoprire la vera regola sperimentando il minor numero di triplette.



Risposta corretta

La regola è...

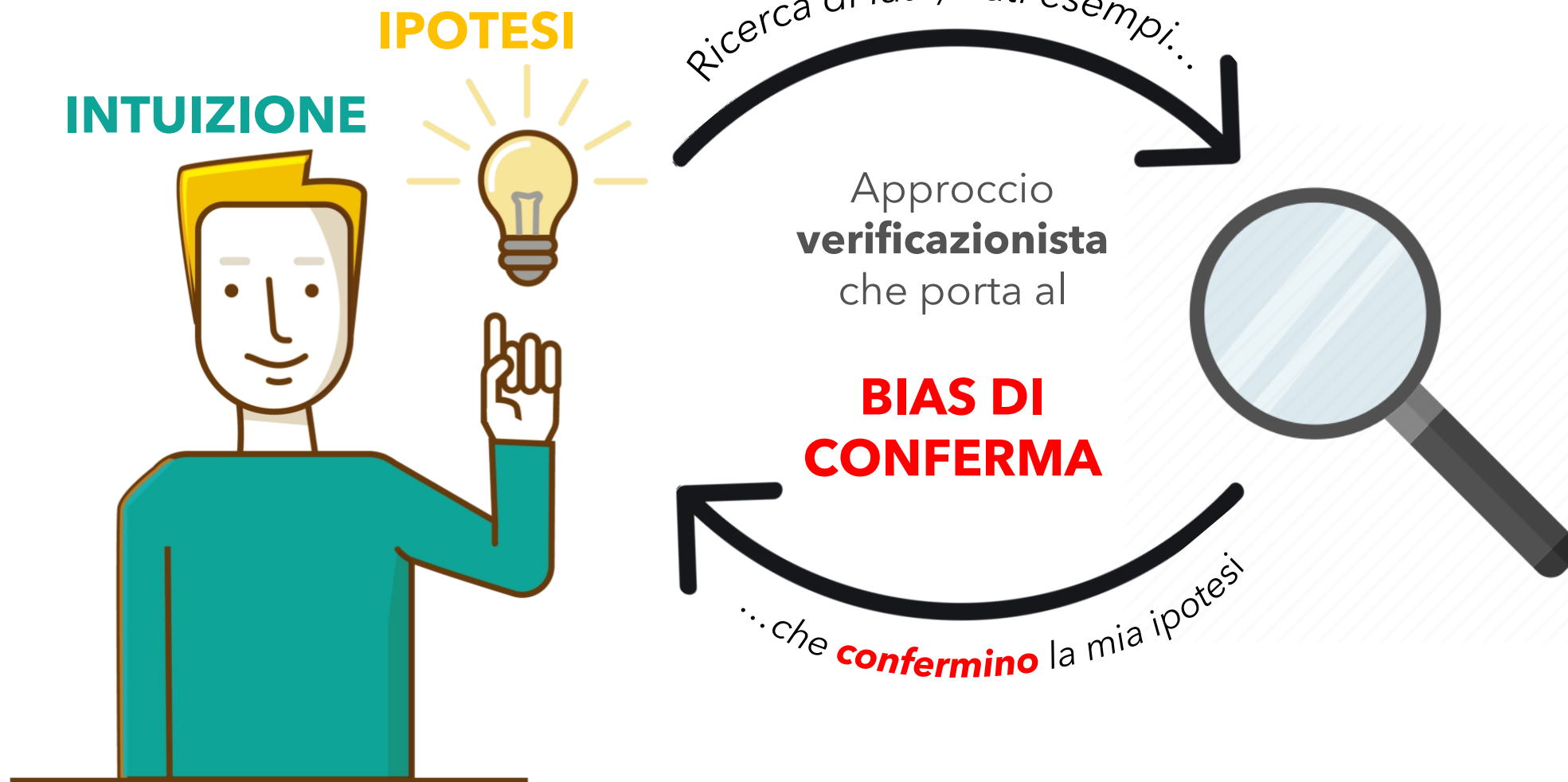
una sequenza di 3

numeri crescenti interi





# Il Bias di conferma





## Gli effetti del Bias di conferma

8 - 10 - 12 (+)

1 - 3 - 5 (+)

3 - 6 - 9 (+)

...

Si cerca di **confermare un'ipotesi / idea** che si ha in mente, senza metterla realmente in discussione...

Sequenza di **errori inutili** perché **non** ci avvicinano alla soluzione



## Bias di conferma

E' la tendenza a ricercare nelle nostre esperienze evidenze, esempi e conclusioni che **confermano ciò di cui siamo GIA' convinti** (pregiudizi, convinzioni, punti di vista), **«scartando» automaticamente le evidenze contrarie** o bollandole come irrilevanti (eccezioni, casi sporadici, non pertinenti, false...).

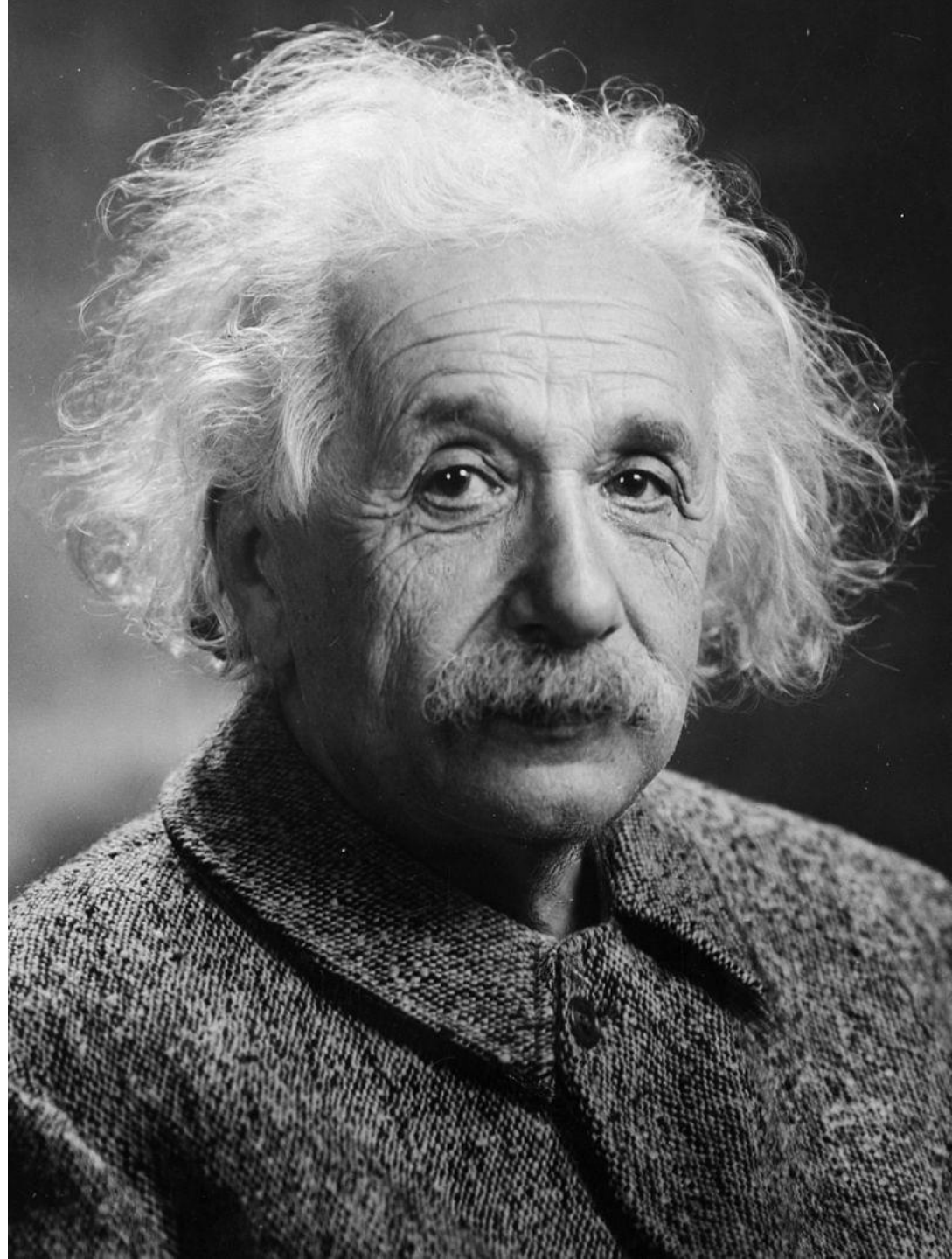
*E' uno dei **bias cognitivi più potenti e potenzialmente pericolosi** che guidano il nostro comportamento perché la mente tende a creare una «bolla» di convinzioni scambiandola per la realtà!*





Per iniziare con ottimismo

*«E' più facile  
spezzare un atomo,  
che un pregiudizio.»*





# Gli atteggiamenti sono resistenti al cambiamento

## **I pregiudizi tendono a essere persistenti e resistenti al cambiamento perché:**

- Si attivano spesso in maniera del tutto **automatica** e **inconsapevole**
- Sono spesso fondati su valori e credenze / **convinzioni importanti** per le persone
- Hanno a che vedere con **l'identità personale** e sociale
- Hanno una forte **componente affettivo-emotiva**
- Vengono **rinforzati frequentemente** all'interno del gruppo sociale di appartenenza (es.: dai pari, dai media, nella narrativa...)
- Entra in azione il **bias di conferma**



# Su cosa possiamo agire allora...?





# Solo alcuni spunti...

## **Quale identità comune potete rimarcare con le persone che provano un pregiudizio verso di voi?**

- Fare leva sulla comune identità Emiliano Romagnola (e i valori associati di industriosità, efficienza, affidabilità...)
- Fare leva sulla comune esperienza di Smart Workers (tutti hanno toccato con mano che in SW si lavora di più, non di meno!)
- ...

## **Quali dati / fatti potete portare per contraddire lo stereotipo?**

- Usare Data Visualization d'impatto per rimarcare evidenze che contraddicono gli stereotipi
- Puntare in maniera ossessiva sulla cura della relazione e della qualità del servizio (per generare dissonanza cognitiva e controesempi)
- ...

## **Come potete suscitare empatia / immedesimazione con voi da parte delle persone portatrici del pregiudizio?**

- Raccontare storie di Lavoro Agile che siano «risonanti» con il pubblico target (es.: intervista doppia? Fiction? Ads?)
- Usare l'ironia e l'autoironia per mirare direttamente ai pregiudizi / stereotipi

## **Come attivare consapevolezza del pregiudizio e inibire l'azione comportamentale?**

- Riflettere sui valori con cui ci si identifica prima di agire (priming valoriale)
- Adottare pratiche di mindfulness per identificare le reazioni fisiche ed emotive a un trigger
- Sviluppare pratiche di accountability decisionale



Per approfondire...

## **MONOGRAFIE**

Kite Mary et al, «*Psychology of Prejudice and Discrimination*», Routledge, 2016

Nelson Todd et al, «*Handbook of Prejudice, Stereotyping and Discrimination*», Taylor & Francis Group, 2009

Villano Paola, «*Pregiudizi e Stereotipi*», Carocci, 2013

## **PAPER DI RASSEGNA GENERALE**

Paluck Levy E. et al, «*Prejudice Reduction: What Works? A Review and Assessment of Research and Practice*», Annu. Rev. Psychol. 2009. 60:339-67



# EMILIA-ROMAGNA **SMART WORKING**



Per info vai su:

---

[lavorasmart.emilia-romagna.it](http://lavorasmart.emilia-romagna.it)

---

oppure scrivi a:

---

[smartworking@regione.emilia-romagna.it](mailto:smartworking@regione.emilia-romagna.it)

---