



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA
FACULTAD DE LENGUAS



Maestría en Lenguajes e Interculturalidad

Tesis

*Los estereotipos socioculturales en tres comedias
cinematográficas italianas*

Una perspectiva diacrónica

(1984 - 2010)

Tesista: Lic. CAROLINA NEGRITTO

Directora: Mgtr. MARIELA A. BORTOLON

Córdoba, marzo de 2016



Licencia Creative Commons

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada 4.0 Internacional.

RESUMEN

La presente tesis de maestría constituye un estudio descriptivo acerca de la estereotipia empleada por el cine de comedia cual instrumento para la construcción y caracterización de los personajes como vehiculizadores de rasgos distintivos de la identidad italiana. Específicamente, nos proponemos determinar cuáles son los estereotipos socioculturales adjudicados culturalmente a los italianos septentrionales y meridionales codificados en los filmes *Così parlò Bellavista* (1984), *La fame e la sete* (1999) y *Benvenuti al Sud* (2010) y analizar si su contenido se mantiene, ha sido modificado o desnaturalizado en el lapso de veintiséis años. Asimismo, procuramos precisar las dinámicas que surgen a partir del contacto entre las diferentes culturas -representadas por los sujetos narrativos- y observar si el encuentro con el «Otro» propicia el mantenimiento o la deconstrucción del estereotipo. A tal fin, nos basamos en los lineamientos teóricos propuestos principalmente por los siguientes autores y conformados por tres ejes categoriales: estereotipo (Tajfel, 1984; Bar-Tal, 1994; Amossy & Herschberg-Pierrot, 2001/2010); cultura e identidad (Giménez, 2003, 2009; Bajtín, 2000), cine y humor (Altman, 2000; Seger, 2000). En definitiva, estimamos que en los tres textos audiovisuales el humor deviene en un mecanismo cuya función es sorprender a la audiencia rompiendo con lo supuesto y lo previsible, evidenciando lo absurdo mediante el aspecto, las actitudes y las acciones de los personajes. Sostenemos que los tres productos culturales en cuestión devienen en una apelación a la reflexión por parte de los sujetos consumidores tendiente a desmontar referencias inexactas acerca de realidades otras.

ABSTRACT

This master's degree is a descriptive study on the stereotypy worked by the comedy films as an instrument for the elaboration and construction of the characters as distinctive feature's bearers of Italian identity. Specifically, we pretend to determine which are the socio-cultural stereotypes attributed on septentrional and meridional Italians, as codified in the movies *Così parlò Bellavista* (1984), *La Fame e la sete* (1999) and *Benvenuti al Sud* (2010) and to decide if the meaning remains or if it has been modified in those twenty-six years. Also, we intend to precise the dynamics arising on the contact between different cultures -as represented by the narrative subjects- and to observe if the merging with the «Other» fosters the remaining or the deconstruction of the stereotype. To that end we base on the theoretical assumptions proposed mostly by the following authors and including

three categorial axes: stereotype (Tajfel, 1984; Bar-Tal, 1994; Amossy & Herschberg-Pierrot, 2001/ 2010); culture and identity (Giménez, 2003, 2009; Bajtin, 2000), movies and humor (Altman, 2000; Seger, 2000). To all accounts, we esteem that in these three audiovisual texts the humor becomes a mechanism which task is to catch the audience in the supposed and the previsible, attaining the absurd in some aspects, attitudes and facts of the characters. We sustain that the movies in question contribute as a reflection, intended towards the consumer public, about the inexact references on «other» realities.

*a Maru & Héctor
ejemplos de esfuerzo y de lucha.*

AGRADECIMIENTOS

Deseo expresar mi reconocimiento a las autoridades de la prestigiosa Universidad Nacional de Córdoba por brindar a la comunidad la posibilidad de acceder al cursado no arancelado de la **Maestría en Lenguajes e Interculturalidad** a fines de mejorar la calidad de la enseñanza académica mediante la profundización de aspectos culturales, sociales y lingüísticos inherentes a las prácticas profesionales que, en modo particular, me atañen como docente de dicha casa de estudios.

Mi gratitud sincera a Mariela Bortolon quien, con entusiasmo y dedicación aceptó acompañarme en este desafío y me alentó a seguir adelante en mis momentos de desasosiego. Gracias Mariela por cada uno de los encuentros, por los mates ricos y las anécdotas de nuestra querida Cátedra de Lengua Italiana I que matizaron las largas tardes de estudio.

Agradezco profundamente a mi familia por el apoyo incondicional y permanente, a mis amigos por comprender tantas reuniones postergadas y ausencias prolongadas, a Laura y Gonzalo por su encomiable labor informática y a Sebastián por su inmensa sabiduría y espíritu inquieto, cualidades dignas de un gran escritor.

Extiendo de manera especial mi agradecimiento a la Mgtr. María Inés Milano por cada uno de los valiosos consejos surgidos de conversaciones espontáneas entre las aulas y los pasillos de la Facultad de Lenguas y a los demás colegas que, sabiendo que estaba abocada a la escritura de la tesis, me animaron para que concluyera este proyecto.

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	8
Capítulo I MARCO TEÓRICO	13
1. Consideraciones preliminares	13
2. Estereotipo.....	16
2.1 Origen etimológico y evolución del término «estereotipo».	16
2.2 Revisión histórico-teórica del concepto.....	16
2.3 Teorías sobre los estereotipos sociales.	24
2.4 Los estereotipos socioculturales: nuestra definición.	26
2.5 Las funciones individuales y sociales de los estereotipos socioculturales.	27
2.6 Cambio del contenido de los estereotipos.	30
2.7 Hacia una delimitación de conceptos clave: estereotipos, prejuicios y discriminación social.....	31
3. Cultura e Identidad.....	32
3.1 La cultura y su incidencia en la configuración de identidades.	32
3.2 La cultura y su incidencia en la formación de identidades.	34
3.3 Identidad cultural.	35
3.4 Identidad y dinamismo cultural.	35
3.5 Identidad y alteridad.	37
3.6 La identidad italiana.	38
4. Cine y humor.....	41
4.1 La comedia del arte y la comedia a la italiana.....	41
4.2 La comicidad y el humor en el cine.....	44
4.3 Los estereotipos en el cine de comedia.....	45
Capítulo II METODOLOGÍA	48
1. Tipo y diseño de investigación.....	48
2. Muestra y proceso de análisis	48
Capítulo III RESULTADOS	52
1. Consideraciones preliminares	52
2. Datos técnicos y tramas de los textos fílmicos.....	52
2.1 <i>Così parlò Bellavista</i>	52
2.1.1 Ficha técnica.	52

2.1.2 Sinopsis.....	53
2.2 <i>La fame e la sete</i>	54
2.2.1 Ficha técnica.....	54
2.2.2 Sinopsis.....	54
2.3 <i>Benvenuti al Sud</i>	55
2.3.1 Ficha técnica.....	55
2.3.2 Sinopsis.....	55
3. Tramas argumentales y estereotipos.....	57
4. Caracterización de los personajes.....	58
4.1 Personajes septentrionales.....	58
4.1.1 <i>Così parlò Bellavista</i>	58
4.1.1.1 <i>El doctor Cazzaniga</i>	58
4.1.2 <i>La fame e la sete</i>	59
4.1.2.1 <i>Ivo Perego</i>	59
4.1.2.2 <i>Odette Perego</i>	60
4.1.2.3 <i>Loretta</i>	61
4.1.3 <i>Benvenuti al Sud</i>	62
4.1.3.1 <i>Alberto Colombo</i>	62
4.1.3.2 <i>Silvia Colombo</i>	62
4.2 Personajes meridionales.....	63
4.2.1 <i>Così parlò Bellavista</i>	63
4.2.1.1 <i>Gennaro Bellavista</i>	63
4.2.1.2 <i>Maria Bellavista</i>	64
4.2.1.3 <i>Giorgio Loffredo</i>	65
4.2.2 <i>La fame e la sete</i>	65
4.2.2.1 <i>Alex Drastico</i>	65
4.2.2.2 <i>Maria</i>	66
4.2.2.3 <i>Rosa</i>	67
4.2.3 <i>Benvenuti al Sud</i>	68
4.2.3.1 <i>Mattia Volpe</i>	68
4.2.3.2 <i>La signora Volpe</i>	69
4.2.3.3 <i>Maria</i>	70
5. Personajes y estereotipos.....	70

6. El discurso estereotipado en los textos audiovisuales.....	76
6.1 Los residuos.....	76
6.1.1 La anciana en el balcón.....	76
6.1.2 La recolección diferenciada.....	77
6.2 La idiosincrasia septentrional y meridional.....	78
6.2.1 La lección de Bellavista.....	78
6.2.2 Estoicos y epicúreos.....	79
6.2.3 La idiosincrasia septentrional.....	81
6.2.4 La idiosincrasia meridional I.....	82
6.2.5 La idiosincrasia meridional II.....	83
6.3 La desocupación.....	85
6.3.1 El flagelo de la desocupación.....	85
6.3.2 El trabajador «independiente».....	86
6.4 La mafia.....	87
6.4.1 El camorrista.....	87
6.4.2 El mafioso <i>zu</i> Alfio.....	89
6.4.3 Las sospechas de Alberto.....	90
6.5 La droga.....	91
6.5.1 El consumo de drogas entre los jóvenes.....	91
6.5.2 Los efectos alucinógenos de las drogas.....	92
6.5.3 La cocaína.....	93
6.6 El racismo.....	94
6.6.1 La percepción meridional acerca de los septentrionales.....	94
6.6.2 El comportamiento racista de Ivo I.....	95
6.6.3 El comportamiento racista de Ivo II.....	96
6.6.4 La concepción racista septentrional acerca de la coyuntura meridional I.....	97
6.6.5 La concepción racista septentrional acerca de la coyuntura meridional II.....	99
7. Alocuciones y estereotipos.....	99
8. Conclusiones parciales.....	101
CONCLUSIONES.....	103
1. Reflexiones finales.....	103

2. Impacto y aplicaciones.....	109
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	112
1. Fuentes audiovisuales que conforman el corpus.....	112
2. Fuentes audiovisuales consultadas.....	112
3. Referencias.....	113
APÉNDICE A.....	121
APÉNDICE B.....	122
APÉNDICE C.....	124

INTRODUCCIÓN

En la concepción de Homi Bhabha (1994) lo «inter» es el espacio intermedio o el «tercer espacio» donde dos o más culturas se encuentran, un espacio de traducción y negociación en el que cada una mantiene algo de sí, sin asimilarse a la otra. Este espacio de «interculturalidad» constituye un puente de relación entre personas y grupos culturales diferentes. En general, la manera en la que los hombres perciben y describen la realidad es selectivo, pues al interpretar y clasificar las peculiaridades y costumbres del «Otro»¹ no perteneciente a su país, comunidad o grupo, se lo define subrayando las diferencias, acentuando sus características no intercambiables e irremplazables, valorándolo desde parámetros culturales propios pertenecientes a la *doxa*.² De este modo, dado que dichas estimaciones estereotipadas reflejan una percepción subjetiva de la realidad objetiva, para que exista un verdadero encuentro entre culturas es imprescindible entrecruzar miradas, preguntarse cómo nos vemos a nosotros mismos, cómo se ven los otros a sí mismos, cómo nos ven los otros y cómo vemos a los otros, en un verdadero juego de espejos (Ladmiral & Lipiansky, 1989).

Mi inquietud por el estudio de los estereotipos surgió en un contexto académico en el que, como profesora de lengua italiana, he interactuado durante una década con grupos de estudiantes del Departamento Cultural de la Facultad de Lenguas de la Universidad Nacional de Córdoba, institución que recibe cada año a alumnos de diferentes franjas etarias y niveles de instrucción, provenientes tanto de Córdoba como de diferentes provincias del país e incluso de países vecinos, ávidos por aprender lenguas extranjeras y originarias.

Tal como rezan los protocolos internacionales de enseñanza de idiomas, enseñar una lengua extranjera implica transmitir su cultura, pues la lengua, además de ser un instrumento que permite a los sujetos comunicar en otro código lingüístico, es simultáneamente un elemento vehiculizador de rasgos y hechos culturales propios. Así, considerando que el binomio lengua-cultura es «inescindible», durante el desarrollo de mis clases realicé en numerosas oportunidades la siguiente pregunta al alumnado: «¿Ustedes

¹ En nuestro trabajo empleamos «Otro» (con mayúscula) en dos sentidos específicos: en el del «otro cultural», que pertenece a una etnia o nacionalidad diferente y en el sentido del «otro singular», es decir, el ser que representa una alteridad irrepetible (Levinas, 1977).

² «Es una palabra tomada del griego y que designa la opinión, la reputación, lo que se dice de las cosas y de las personas. La *doxa* corresponde al sentido común, es decir, a un conjunto de representaciones socialmente predominantes cuya verdad es incierta, tomadas casi siempre en su formulación lingüística corriente» (Charaudeau & Maingueneau, 2005, p. 190).

qué piensan de los italianos, cómo son, qué hacen, cuáles son sus costumbres?» Y las respuestas frecuentes que obtenía eran: «son mafiosos, juegan al fútbol, hablan fuerte y gesticulan, se reúnen en familia los domingos para comer pasta y bailan la tarantela». La visión estereotipada de mis estudiantes acerca del perfil cultural del ciudadano italiano plasmada en dichas manifestaciones me incitó a cuestionarme: «¿Cuánto habrá de cierto en estas réplicas?». A fin de encontrar una respuesta certera y convincente que explicara el motivo por el cual esas ideas cristalizadas permanecían en la memoria, comencé a investigar sobre los estereotipos socioculturales. Aspiraba a identificar sus orígenes y a determinar si los conceptos que transmitían eran reales o solo imágenes distorsionadas acerca de una sociedad. Me interesaba indagar sobre los estereotipos italianos, identificarlos y analizarlos para poder activarlos desde el aula y, de este modo, optimizar el desarrollo de mis funciones profesionales como intermediaria cultural, proponiéndoles adoptar una actitud de apertura hacia la alteridad, entendida como el descubrimiento que el «Yo» hace del «Otro», con el fin de evitar ora la veneración excesiva, ora el vituperio exagerado, porque desde una perspectiva intercultural estoy convencida de que es lícito reflexionar sobre las características que nos diferencian del «Otro» pero a su vez nos asemejan al «Otro», puesto que lo propio y lo ajeno están -en mayor o menor medida- entrelazados (Waldenfels, 2006, citado en Sanz Cabrerizo, 2008).

La cinematografía como arte y lenguaje plasma frecuentemente los planteamientos etnocentristas y la alteridad estereotipada de las sociedades. Es el caso de los directores italianos considerados en este trabajo, cuyas películas retraen las diferencias geoculturales, sociales y económicas entre el norte y el sur de la península itálica, en un mecanismo constante de características cristalizadas y opuestas que representan de modo hilarante el vivir septentrional y meridional, enfatizando los extremos: el abismo que separa la riqueza de Milán de la pobreza de Nápoles, la industrialización de las fábricas frente al trabajo campesino, la racionalidad y apatía nortea contra la impulsividad y el altruismo sureño. Así concebido, el cine se convierte en un «dispositivo pensante» (Lotman, 1999), dado que propone nuevas miradas del complejo espacio cultural, convirtiéndose en un creador de sentidos y un medio eficaz para la transmisión de información y valores, al ensamblar conocimiento y cultura. El cine deviene en un mecanismo que pone en tensión la estereotipia y estimula la reflexión sobre la producción de identidades genuinas. Filmes de esta índole pretenden mostrar realidades auténticas de sociedades sesgadas por los prejuicios, que necesitan expresar sus deseos, su forma de vida y aspiraciones. De este modo, los directores de origen meridional expresan en las obras visuales lo que Buell

(2005) denomina *place-sense*,³ ya que las mismas reflejan la querencia y pertenencia a la tierra de origen, fustigada por innumerables estereotipos y económicamente oprimida por el progreso fabril y empresarial del norte.

Son realmente numerosas las investigaciones realizadas sobre la presencia de estereotipos en diferentes textos artísticos y su rol en la construcción de la identidad «otra». Particularmente, en el orden local, hacemos referencia a un trabajo llevado a cabo en el año 2012 por Alejandra Martínez y Vanina Papalani de la Universidad Nacional de Córdoba, intitulado: *Valiente, o la rebeldía amordazada*, en el cual las autoras analizan la reproducción y permanencia en el tiempo de representaciones tradicionales con el propósito de abordar la problemática de la transmisión de regulaciones, creencias, valores y estereotipos en producciones cinematográficas infantiles disneyanas. En el orden internacional, consideramos significativa la tesis desarrollada en el año 2006 por Elena Galán Fajardo, denominada *Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva*, dado que realiza aportaciones significativas referidas a un modelo de análisis de los personajes estereotipados que perpetúan imágenes estandarizadas en series ficcionales españolas de los años noventa.

Asimismo, hemos verificado la existencia de una gran cantidad de películas italianas cuyas tramas narrativas relatan el encuentro o el choque entre culturas «diferentes» como en las comedias *Italians* (Veronesi, 2009), *Benvenuti al Nord* (Miniero, 2012) y *Matrimonio al Sud* (Costella, 2015). Hemos observado además la producción de múltiples comedias extranjeras ambientadas en la península que explotan las representaciones estereotipadas de los italianos y su cultura. Tal es el caso de *Come, reza, ama* (Murphy, 2010) y *A Roma con amor* (Allen, 2012).

El presente trabajo de investigación tiene como principales objetivos profundizar acerca de la función del estereotipo en la adquisición y transmisión de conocimiento e información y reflexionar sobre el empleo del mismo en el cine de humor para observar su modalidad de construcción y su eventual permanencia en el tiempo. Más específicamente, nos proponemos identificar y describir cuáles son las convenciones socioculturales genéricas que la cinematografía adjudica a los italianos septentrionales y meridionales en los textos seleccionados, observar las dinámicas culturales que se ponen en juego ante la presencia de un personaje estereotipado y especificar si tales estereotipos se han

³ Entendida como la conciencia que tienen los seres humanos -narradores, personajes o sujetos líricos- de pertenecer a un lugar específico que determina, en gran manera, sus formas de ser y actuar.

mantenido, cambiado o deconstruido. Esta última finalidad es examinada desde dos perspectivas, una interna e inmanente al relato, a partir del encuentro de sujetos narrativos pertenecientes a culturas diferentes y la otra extrínseca, como producto cultural de consumo, en el lapso de veintiséis años, entre la aparición de la primera y la última película de las tres que conforman nuestro corpus: *Così parlò Bellavista* (Di Crescenzo, 1984), *La fame e la sete* (Albanese, 1999) y *Benvenuti al Sud* (Miniero, 2010). Los criterios aplicados para la selección de los productos audiovisuales responde al hecho de que los tres comparten los siguientes aspectos: se inscriben en el género de comedia, presentan una trama argumental similar, pertenecen a décadas diferentes y sus directores son -por nacimiento o ascendencia- de origen sureño.

Los propósitos arriba mencionados nos indujeron a formular ciertos interrogantes relacionados con el modo en el que la comedia cinematográfica italiana construye el estereotipo del italiano septentrional y meridional, los comportamientos de los agentes involucrados en el encuentro cultural y la mayor o menor permanencia de los rasgos paradigmáticos y mistificados de los italianos norteños y sureños.

Una primera aproximación al tema nos llevó a enunciar tres hipótesis. Efectivamente, en primer lugar planteamos que la comedia italiana presenta los estereotipos socioculturales con los que generalmente se identifican a los italianos septentrionales y meridionales a través de personajes caricaturizados al extremo en su aspecto, carácter, acciones y expresiones verbales. No obstante, estimamos que en las tres comedias la interacción entre los sujetos narrativos portadores de signos y valores identitarios meridionales y septentrionales ponen en tensión la veracidad de los estereotipos que ambas culturas representan, lo cual provocaría cambios en sus actitudes y comportamientos. Por último, presuponemos que en las comedias fílmicas seleccionadas la estereotipia que las mismas atribuyen a los italianos oriundos del norte y del sur de Italia no se ha deconstruido en el transcurso de dos décadas y media.

Este trabajo está organizado en cuatro apartados. En el capítulo I, correspondiente al marco teórico referencial, proponemos una revisión histórica y el valor cognitivo-funcional del concepto «estereotipo» en las ciencias sociales (Tajfel, 1984; Bar-Tal, 1994; Amossy & Herschberg-Pierrot, 2001/2010) y la red de categorías articulares que el mismo implica considerando los objetivos del presente estudio, tales como «cultura», «identidad», «alteridad», «cine» y «humor» (Giménez, 2003, 2009; Bajtín, 2000; Altman, 2000; Seger, 2000; Apte, 1985).

En el capítulo II describimos la metodología aplicada y definimos el tipo y diseño de investigación, como así también las unidades de análisis y los instrumentos utilizados para la recolección y sistematización de los datos.

En la primera sección del capítulo III, brindamos una sinopsis de las tramas argumentales de las películas, en la segunda realizamos una reseña detallada de los personajes y en la tercera presentamos una panorámica de sus expresiones verbales. De igual modo, describimos los resultados obtenidos del análisis, relacionándolos con las categorías teóricas puestas de manifiesto en la revisión bibliográfica.

Por último, en el apartado dedicado a las conclusiones, ofrecemos nuestra interpretación de los resultados más relevantes recabados del análisis, fundados en las aportaciones teóricas expuestas en el capítulo I. Asimismo, aludimos al impacto y a las posibles aplicaciones del estudio en el campo de la enseñanza de lenguas.

Estimamos que nuestro trabajo resulta original por las siguientes razones: por un lado, proponemos el análisis de los estereotipos socioculturales italianos puestos de manifiesto en textos fílmicos, mientras que es habitual encarar el estudio de la estereotipia en otros géneros textuales, entre los cuales citamos la crónica, la publicidad, la novela y las historietas. Por otro lado, estamos convencidos de la importancia que adquiere el estudio del estereotipo en la reconstrucción de la identidad cultural italiana, siendo para ello necesario definir la función del mismo como vehiculizador de una cultura y de imágenes que explican el origen y la duración del fenómeno en la memoria colectiva italiana y foránea.

Capítulo I

MARCO TEÓRICO

«Stereotypes are like a tired truth»
GEORGE STEINER

1. Consideraciones preliminares

La educación formal, los medios de comunicación, la literatura masiva y los textos artísticos -la pintura, la fotografía, el teatro, el cine- perpetúan frecuentemente mitos y conductas sobre los integrantes de un determinado grupo humano, confirmando atributos a los perfiles culturales que caracterizan a las etnias en sus supuestas especificidades, tales como franceses bohemios, alemanes fríos, suizos organizados, uruguayos racistas, cubanos comunistas, estadounidenses consumistas, argentinos presuntuosos e italianos mafiosos.

Son además numerosas las percepciones estereotipadas que circulan dentro de un mismo país. En Argentina hallamos, por ejemplo, porteños arrogantes, cordobeses «fallutos», santiagueños perezosos, tucumanos estafadores, riojanos engraidos y puntanos generosos; mientras que en Italia encontramos milaneses industriales, turineses aristocráticos, boloñeses cultos, romanos vulgares, napolitanos vagos y sicilianos machistas.⁴

En suma, podemos afirmar que en la mayoría de los grupos sociales existen **ideas compartidas** referidas a otras realidades culturales. Sin embargo, dichos enunciados generalizados transmiten conceptos cristalizados, opiniones hechas, usos instaurados o expectativas comportamentales acerca de una determinada clase de individuos. Resulta necesario entonces preguntarnos: ¿Qué se entiende exactamente por estereotipo? En este capítulo intentaremos dar respuesta al interrogante planteado partiendo de la etimología del término y observando su evolución a través de la historia.

⁴ En el marco de esta maestría realizamos un trabajo denominado *Los estereotipos culturales italianos en la crónica "La teatralidad judicial en Italia"*, escrita en el año 1905 por el intelectual argentino José Ingenieros (2009), quien reafirma los estereotipos existentes entre el norte y el sur de Italia, plasmados en los siguientes pasajes: «Turín, bonita y serena, es la antítesis de Nápoles, hormiguero humano que monopoliza el pintoresco encanto de la mugre y del escándalo ... En muchos escaparates de librería hemos visto libros intitulados: *Las dos Italias, Italia bárbara y contemporánea, Norte y Sur*, etc. queriendo significar que en esta Italia, políticamente unificada, existen dos civilizaciones distintas. Turín y Nápoles podrían ser los exponentes de ambas. Un napolitano es, en Turín, tan extranjero como un paraguayo e infinitamente más extranjero que un francés» (p. 121). En definitiva, el autor coloca en una posición de inferioridad al italiano meridional, aseverando que el mismo en el norte de su país se siente un forastero -como si fuese un viajero proveniente de América del Sur- mientras que los ciudadanos franceses y turineses son los exponentes de la cultura y del buen gusto.

En el contexto que nos ocupa, el término estereotipo es concebido como un esquema de pensamiento preconstruido sobre alguien o algo que predomina en un ambiente social, se reitera, reproduce y transmite sin sufrir grandes transformaciones. Al tratarse de esquemas lingüísticos habituales y compartidos, su cognición es inmediata, *ergo* no requiere una intervención activa por parte del receptor. Estas percepciones generalizadas -aceptadas culturalmente- organizan la información recibida y simplifican el entendimiento para aprehender el ambiente social, predecir comportamientos y facilitar la percepción de la realidad, por lo tanto, el estereotipo posee funciones cognitivas, perceptivas y de categorización⁵ (Amossy & Herschberg-Pierrot, 2001/2010). En otros términos, desde un prisma sociocultural, los estereotipos son internalizados por los sujetos que conforman una determinada cultura, organizando y modelando diferentes maneras de comprender y pensar el entorno e intervenir en la realidad.

En el curso del siglo XX, las discusiones teóricas acerca de los estereotipos sociales han sido examinadas considerando dos enfoques principales: el sociológico y el psicológico. Desde la sociología se ha analizado el modo en que tales constructos se adquieren y transmiten. La perspectiva psicológica, en cambio, ha centrado sus estudios en las derivaciones cognitivas y en la manera en que afecta al receptor la asimilación del estereotipo.

El estereotipo implica, inexorablemente, la otredad. Precisamente, la figura del Otro, entendida como un individuo que luce, viste y habla de otra manera, que posee creencias y actitudes discordantes u opuestas a las propias -que lo convierten en un ser extraño- ha marcado la historia de la humanidad. A través de la confrontación, las personas comienzan a establecer las diferencias con el Otro y a polemizar sobre sus comportamientos y rituales. Pese a ello, desde una perspectiva intercultural, es lícito reflexionar sobre las inquietudes manifestadas por Kapuściński, en su obra *Encuentro con el otro*: «¿Cuál es su idiosincrasia, su visión del mundo? ¿Cómo ve a los Otros, a mí mismo sin ir más lejos? ¿Cómo acercarse al Otro que pertenece a otra raza, que tiene una fe y un sistema de valores diferentes, que tiene sus propias costumbres y tradiciones, su propia cultura?» (2007, p. 83).

Kapuściński afirma asimismo que el Otro dejaría de ser un ente extraño, hostil y peligroso si tuviésemos la predisposición de acercarnos a él y hablarle, pues la indiferencia

⁵ Estas funciones van a ser profundizadas más adelante.

o el aislamiento se superan a través del diálogo y el intercambio de experiencias y esperanzas, actitudes que favorecen la permeabilidad de las fronteras culturales:

¿En qué radica, sin embargo, la esencia del encuentro? En el diálogo. ... Lévinas lo define así: 'El hombre es un ser que habla'. El diálogo, pues. Su finalidad no es otra que la comprensión mutua, la cual, a su vez, lleva a un acercamiento mutuo, dos cosas que se consiguen a través del conocimiento. ¿Cuál es la condición previa de todo este proceso, de toda esa ecuación? Pues no otra que la voluntad de conocer, la disposición a dirigirse al otro, a ir a su encuentro, a entablar con él una conversación (Kapuściński, 2007, p. 83).

Podemos advertir que de tales consideraciones emergen enlazados los conceptos de «cultura», «identidad» y «alteridad», pues **no existe sujeto sin cultura ni cultura sin sujeto** (Giménez, 2003). A partir de la cultura, concebida como una **telaraña de significados** (Geertz, 1973/1992) que se manifiestan en formas simbólicas y se transmiten a través de la comunicación, el hombre construye su **identidad**, cuyo núcleo es la parte intersubjetiva de la cultura interiorizada en forma específica, distintiva y contrastiva por el individuo (Giménez, 2003) **en relación con un Otro**, portador de una voz culturalmente diferenciada que lo define y, acaso, lo complementa.

Precisamente, la cinematografía nos concede, por un lado, la posibilidad de acceder y conocer las cosmovisiones y remembranzas de los Otros, reduciendo de este modo la incertidumbre y la inquietud que puede ocasionar el encuentro entre culturas, pues nos acerca a realidades inexploradas desde una posición de apertura hacia la alteridad, en un intento por conocer, comprender y describir al Otro. Curiosamente, por otro lado, también es innegable que este medio de expresión -a través de los directores, los personajes y la historia narrada- profesa un rol decisivo en la modelación de nuestras percepciones del mundo, siendo muchas veces el artífice de la creación de estereotipos socioculturales al establecer en la memoria colectiva referencias inexactas que perduran en el tiempo acerca de realidades otras y normas de vida recónditas. Tales referencias cristalizadas podrían incidir en la naturalización o desnaturalización de las ideas estereotipadas que posee la audiencia, imágenes fijas que ya podemos vislumbrar en los títulos de los filmes que integran el corpus de nuestro trabajo.⁶

⁶ *Così parlò Bellavista* es prácticamente el homónimo de la obra de Nietzsche *Así habló Zaratustra. Un libro para todos y para ninguno* (1883, 1884, 1885). Al igual que el profeta Zaratustra -quien reflexiona sobre diferentes argumentos como la vida, la muerte, la sabiduría y el conocimiento- el profesor Bellavista es el portavoz y desmitificador de temáticas estereotipadas partenopeas, tales como la mafia, el trabajo o la importancia de la madre. Del mismo modo, en *La fame e la sete*, sus protagonistas representan respectivamente el estereotipo del remolón del sur contrapuesto al empresario del norte, el hambre (el deseo) de un vivir tranquilo y la sed (ambición) de acumular riquezas. Por último, es claro el humor mordaz que

A continuación, proponemos una reseña etimológica e histórica del estereotipo, evidenciando las teorías y orientaciones emotivas, sociales y cognitivas de la estereotipia que resultan más rentables para nuestro estudio. Asimismo, desarrollaremos las significaciones e implicancias de las categorías aludidas *ut supra*, las cuales se activan en las películas de manera ineluctable cuando se produce el encuentro con el Otro.

2. Estereotipo

2.1 Origen etimológico y evolución del término «estereotipo».

Somos conscientes de que sería imposible abordar una definición terminológica desatendiendo el contexto histórico de la cuestión, puesto que el lenguaje se encuentra en un permanente proceso de evolución y transformación en función del tiempo, los avances tecnológicos y las necesidades de los hablantes. El término «estereotipo», formado por los vocablos griegos *στερεός* (sólido, duro, robusto) y *τύπος* (molde, huella, impresión), etimológicamente significa «molde sólido». La palabra tiene un origen tipográfico, pues surgió en la última década del siglo XVIII para describir un nuevo sistema de impresión en el que las planchas de una sola pieza sustituyeron a los tradicionales moldes de caracteres móviles. La aplicación de esta técnica de impresión permitía, por un lado, la reproducción masiva de las páginas -sin necesidad de componerlas de nuevo, como sucedía anteriormente con las piezas de letras sueltas- y, por otro, la conservación de las planchas estereotípicas para próximas tiradas o reediciones de obras completas de manera ágil y sencilla.

Con el paso del tiempo, el empleo del término «estereotipo» se hizo extensible para denotar todo aquello que implicara una idea de reiteración, rigidez e inalterabilidad. En consecuencia, actualmente el estereotipo es concebido como «una imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable»⁷ (DRAE, 2014).

2.2 Revisión histórico-teórica del concepto.

En las ciencias sociales, la voz «estereotipo» es introducida por Lippmann en su obra *Opinión Pública* (1922). El periodista centra sus investigaciones en los procesos de

encierra el título *Benvenuti al Sud*, pues el personaje principal -habitante del norte de Italia- tiene la convicción de que a medida que recorremos la península hacia el sur, se percibe marcadamente la decadencia civil, reflejada en conductas relacionadas con la mafia, la vagancia y la suciedad.

⁷ En el siglo XX el vocablo se hizo extensivo a diferentes disciplinas. De hecho, la psiquiatría fue una de las pioneras en adoptarlo para describir la reiteración de conductas mentales patológicas, acepción que hasta nuestros días se mantiene vigente.

formación de la opinión pública, revelando que el vínculo cognoscitivo de los sujetos con la realidad del entorno no es directo, sino que está mediado por **imágenes mentales** que cada individuo construye sobre ella, las cuales intervienen en su relación con lo real. Lippmann analiza el contenido y la génesis de los estereotipos y llega a la conclusión de que el individuo percibe, describe y organiza los hechos de acuerdo con su propia experiencia y cultura, de manera que la imagen que obtiene de la realidad ajena no es más que una transfiguración de lo que observa. A menudo estas imágenes son inexactas y rígidas y se reducen a simplificaciones que nuestro intelecto construye cual «atajo» para comprender la infinita complejidad del mundo. Si bien estos esquemas interpretativos -elaborados ya sea por el individuo o por su grupo- facilitan la interacción diaria con el mundo circunstante, pueden convertirse a su vez en fuente de confusión y prejuicio cuando carecen de representatividad. No obstante, a pesar de esta doble valencia que detentan los estereotipos, Lippmann manifiesta que los mismos constituyen un dispositivo que facilita la interacción y propicia la convivencia, puesto que a través de ellos se obtiene una idea preconcebida de la totalidad de los elementos del accionar cotidiano que permite interactuar con normalidad. La estereotipia así entendida es un mecanismo continuo y positivo que auxilia al individuo cuando percibe su ambiente e interpreta los estímulos que recibe.

Una segunda etapa en las investigaciones sobre la estereotipia estuvo marcada por las exploraciones empíricas realizadas por Katz y Braly (1933), quienes realizaron distintos tipos de encuestas cuyo objetivo era delimitar los estereotipos del entorno social. Los autores plantearon un dilema conceptual acerca de los estereotipos, pues los mismos serían el resultado de **rasgos distintivos** de comportamiento pertenecientes a determinados grupos nacionales o raciales basados en la realidad -lo que implica que el estereotipo es en algún sentido verdad- o bien **impresiones fijas** escasamente representativas de la realidad, las cuales responden a creencias y juicios sobre singularidades significativas que no se ajustan a los hechos (Katz & Braly, 1933). Sobre la base de las consideraciones anteriores, Cano Gestoso (2002) sostiene que Katz y Braly conciben al estereotipo como el resultado de un dispositivo imperfecto que lo convierte en inmutable -y, por ende, irracional y ligado al prejuicio-, aunque reciba del entorno información contradictoria, pues el estereotipo puede determinar la visión del Otro o incluso modelar la percepción de los sujetos. En efecto, en nuestro análisis observaremos en una escena de la película *Benvenuti al Sud*, el momento en el que el director de una oficina postal del sur de Italia -de origen

septentrional- reprende a un empleado, pues considera que malgasta el tiempo conversando animadamente con el cliente acerca de cuestiones domésticas, mientras que, en realidad, realiza su actividad laboral con eficiencia. En definitiva, el estereotipo de «vago» que el personaje atribuye a los meridionales evidencia que su evaluación sobre los comportamientos del exogrupo se realiza de acuerdo a esa creencia naturalizada, ajustando la conceptualización de lo real a sus expectativas.

El modelo de los psicólogos norteamericanos ocasiona consecuencias en los marcos teóricos sucesivos, por lo que los términos «estereotipo» y «prejuicio» comienzan a usarse como términos equivalentes.

En la década del cincuenta, a partir de la Revolución cognitiva,⁸ las investigaciones referidas a los estereotipos se interesan por explorar los procesos cognitivos intrapersonales en general y los procesos de categorización en particular. De hecho, *La naturaleza del prejuicio* (1954/1968) constituye una tercera aportación al estudio de los estereotipos propuesta por Allport, quien es uno de los primeros teóricos que efectúa una hipótesis acerca de la correspondencia entre estereotipos y procesos cognitivos. A diferencia de Lippmann, Allport distingue entre «categoría» y «estereotipo», y asevera que la primera es un **concepto neutro, real**, mientras que la segunda es una **idea o marca fija** que acompaña a una categoría. Si decimos: «Todos los sicilianos son mafiosos», manifestamos una generalización estereotipada acerca de la categoría y creamos un estereotipo injustificado.⁹ Así, la categoría «siciliano» podría pensarse como un concepto no apreciativo, referido al adjetivo gentilicio. No obstante, el estereotipo solo cumple un rol preponderante cuando tal categoría es asociada a **imágenes y juicios valorativos** con los cuales los sicilianos son relacionados persistentemente: mafiosos, machistas y tradicionalistas. Por consiguiente, el autor sostiene que «el estereotipo en sí mismo no es el núcleo central del concepto. Sin embargo, opera de modo tal que impide el pensamiento diferenciado acerca del concepto» (Allport, 1954/1968, p. 216).

⁸ Así se denominó a la etapa de transición del conductismo (principio: estímulo-respuesta) al cognitivismo (postulado: ambiente-cognición-conducta) como paradigma de la comunidad científica en psicología, es decir, el paso de la conducta como objeto de estudio a la mente humana en tanto que procesa, filtra y manipula la información que recibe. De este modo, el sujeto codifica y clasifica los datos que recibe del entorno mediante categorías que posee para comprenderlo. Los procesos intermedios entre los estímulos y las conductas obedecen a necesidades, experiencias, expectativas y valores del sujeto (Bruner, Goodnow & Austin, 1956/1978).

⁹ Según Allport, una generalización válida se distingue de un estereotipo cuando contamos con datos concretos sobre la existencia de diferencias reales entre grupos.

En opinión de Allport, los estereotipos representan un conjunto de **creencias exageradas** que una persona posee en relación con un grupo social determinado. El autor le concede al estereotipo una función motivacional defensiva -la cual se vincula estrechamente con el estereotipo y el prejuicio en la psicodinámica del sujeto-, una función cognitiva -que claramente toma de Lippmann- y hace hincapié en el papel que cumplen los medios de comunicación social en la perpetuación de las creencias colectivas, pues a través de los mismos los estereotipos «reciben apoyo social de nuestros medios de comunicación de masas que los reviven continuamente e insisten sobre ellos; las novelas, las historietas, las noticias de los periódicos, las películas, el teatro, la radio y la televisión» (Allport, 1954/1968, p. 224). Citamos, a modo de ejemplo, la trilogía *El Padrino* (1972, 1974, 1990) del director norteamericano F. F. Coppola, la cual contribuyó a nutrir y difundir sin ambages el repertorio de los estereotipos referidos a los sicilianos, fundamentalmente la famosa ecuación siciliano = mafioso.

Amossy y Herschberg-Pierrot (2001/2010) aluden a una tripartición en los estudios referentes a la estereotipia durante la década del sesenta -que resurgiría en los años ochenta durante el auge del cognitivismo-, la cual establece una distinción entre el componente cognitivo (por ejemplo, el estereotipo del italiano meridional), el componente afectivo (el prejuicio o la hostilidad experimentada con respecto al mismo) y el componente comportamental (la discriminación de ese ciudadano italiano simplemente por pertenecer a esa categoría, ignorando sus capacidades y sus logros individuales). Por lo tanto, el componente cognitivo se presenta como el más informacional, el afectivo responde a aspectos cualitativos y emocionales -vale decir, formales- mientras que el comportamental es más pragmático. De acuerdo con lo expresado, un estereotipo social es capaz de generar tres efectos de sentido: una atribución de conocimientos y valores acerca de un sujeto o su grupo, una sensación placentera u ominosa hacia un individuo y su comunidad y una reacción destinada a generar un comportamiento específico del sujeto en relación con otro sujeto o grupo. Si bien es cierto que representar a un italiano meridional como un haragán remite al estereotipo, manifestarle aversión, por el contrario, alude al prejuicio, y denegarle por esta razón un trabajo implica un acto de discriminación.¹⁰ Nos parece apropiado ilustrar estos conceptos anticipando otra escena de *La fame e la sete*, en la cual uno de los personajes -que se ha mudado al norte de Italia en busca de mejores condiciones económicas-, para evitar ser discriminado en el sector laboral por sus orígenes sicilianos le

¹⁰ En un apartado ulterior delimitaremos estos conceptos más profundamente.

cuenta a su hermano que se ha visto en la obligación de cambiar su nombre, Salvatore,¹¹ por Ivo, porque este último è *un nome geograficamente indipendente e se ti chiami Salvatore qui non ti danno lavoro*¹² (Cecchi Gori & Rusic, 1999).

En los años sesenta, la contribución de Donald Campbell (1967) consiste en asociar la estereotipia con el etnocentrismo. Según el autor, los estereotipos reflejan al mismo tiempo el carácter del grupo descrito y, proyectivamente, el de quien lo describe. Con respecto a estos últimos conceptos, en nuestro análisis podremos advertir de qué modo el estereotipo del napolitano «haragán», que posee uno de los protagonistas de *Benvenuti al Sud*, es desnaturalizado a partir de la interacción con sus empleados y clientes, pues con el paso del tiempo comprende que a causa del buen clima imperante en el sur, la belleza de su paisaje y el carácter de sus habitantes, la gente está acostumbrada a un ritmo de vida menos frenético que en el norte, lo cual no significa que los meridionales no cumplan con sus obligaciones profesionales.

Sucesivamente, otro aporte a tener en cuenta es el realizado por Tajfel, máximo representante del enfoque cognitivista. En su artículo *Cognitive aspects of prejudice* (1969), el psicólogo social británico concibe al estereotipo como un **proceso del pensamiento humano** que es común a todos los individuos. Específicamente, el autor asocia la estereotipia con tres procesos cognitivos concretos: la categorización (ordena y simplifica la percepción de la realidad), la asimilación (relacionada con la adquisición inicial de las actitudes intergrupales) y la búsqueda de coherencia (ante los cambios sociales, el individuo necesita un marco que le ayude a comprender esas variaciones). De cualquier manera, tal proceso no es únicamente un dispositivo cognitivo tendiente a explicar la organización del entorno, sino que además constituye un proceso social que abarca una función normativa determinada. Por consiguiente, Tajfel pone de relieve la diferencia entre estereotipos individuales y estereotipos sociales. Si bien muchas de las opiniones consensuadas atribuidas a un grupo derivan del proceso cognitivo de la categorización, dichos estereotipos pueden devenir en estereotipos sociales si son compartidos por grandes cantidades de individuos pertenecientes a un mismo contexto social. Una consecuencia de esta pertenencia al grupo es la formación de la identidad

¹¹ Es un nombre de matriz cristiana difundido en toda Italia, aunque predomina en el sur, particularmente en Sicilia.

¹² “Es un nombre geográficamente independiente y porque si te llamas Salvatore aquí no te dan trabajo” (La traducción es de la autora).

social de los individuos, que se definen a sí mismos como miembros de ese colectivo (Tajfel, 1981).

A partir de estas primeras aportaciones, en las últimas décadas del siglo XX se llevan a cabo distintas investigaciones provenientes principalmente del ámbito de la psicología social,¹³ cuyo objetivo es delimitar con mayor exactitud la valencia dual que denota el estereotipo. En los albores de estos estudios, los psicólogos sociales persisten en destacar el carácter reductor y nocivo del concepto, en la medida en que es el resultado de un proceso de categorización y generalización que trivializa y elude parte de la verdad existente. Estas ideas parciales de lo real son propensas a la creación de percepciones esquemáticas y deformadas del Otro, hecho que impele la formación de prejuicios. Efectivamente, hasta nuestros días, autores como Quin y McMahan (1997) y Fischer (1996) conciben los estereotipos como creencias y preconcepciones sobre personas, grupos o fenómenos sociales que tienen lugar en una sociedad:

[El estereotipo] es una imagen convencional acuñada, un prejuicio popular sobre grupos de gente ... Crear estereotipos es una forma de categorizar grupos según su aspecto, conducta o costumbres (Quin & McMahan, 1997, pp. 139-141).

Maneras de pensar mediante *clichés*,¹⁴ que designan las categorías descriptivas simplificadas basadas en creencias e imágenes reductoras, por medio de las cuales calificamos a las demás personas o a otros grupos sociales, sujetos a prejuicios (Fischer, 1996, p. 133).

¹³ Desde los comienzos de su emergencia como disciplina, la psicología social se ha ocupado de la estereotipia y, para explicarla, ha planteado diferentes teorías y enfoques, condicionados por las teorías psicológicas vigentes en cada momento.

¹⁴ Amossy y Herschberg-Pierrot (2001) subrayan que los *clichés* son frases hechas carentes de originalidad e ingenio provenientes fundamentalmente del campo de la literatura, a diferencia de los estereotipos que son ideas generales, simplificadas y cristalizadas que determinados miembros de una colectividad comparten en relación con los integrantes de otro grupo cultural. A su vez, las autoras distinguen entre estereotipos y representaciones sociales (Moscovici, 1979) y señalan que si bien estas últimas designan «un universo de opiniones» (Maisonneuve, 1989) presentan, respecto del estereotipo, la prerrogativa de modificarse permanentemente en la interacción diaria y de no estar cargadas de connotaciones negativas, ya que quien abraza la corriente de Moscovici no considera los aspectos constructivos del estereotipo en lo concerniente a la cognición, la interacción y la comunicación. De todas maneras, en nuestra investigación no tomamos en cuenta este aspecto porque estamos persuadidos de que cada uno de los enfoques revela un componente antes desconocido o lo analiza desde una óptica diferente, pero ninguno es monopólicamente abarcativo. De hecho, creemos que ni los estereotipos ni las representaciones sociales constituyen nociones discordes, por tanto presumimos que ambas concepciones estáticas, si bien pueden ser completadas y complementadas por las representaciones sociales, operan como procesos generativos y funcionales a nivel social y pueden abrazar valores peyorativos o ser estimaciones disfóricas.

Empero, tal como postula la psicología cognitiva,¹⁵ el individuo necesita relacionar lo que observa con modelos preexistentes para poder comprender el mundo propio y ajeno, realizar previsiones y regular conductas. Por ende, muchos estudiosos los reevalúan y revalorizan desde una perspectiva alternativa que intenta contrarrestar las apreciaciones despectivas iniciales y destacar su función constructiva identitaria, tal como podemos apreciar en las siguientes definiciones:

Los estereotipos pueden definirse como categorías cognitivas que las personas emplean para codificar, almacenar y recuperar la información ... proveniente de sus interacciones con otros seres humanos (Hamilton & Troiler, 1986, pp. 127-163).

Los estereotipos son imágenes representativas que comportan una herencia del saber colectivo, ligados a manifestaciones afectivas que generan determinadas conductas y actitudes (Guerrero Sanmartín, 2013, p. 26).

Conforme a lo dicho, podríamos afirmar que, si bien los estereotipos implican connotaciones desfavorables que a menudo rozan lo extremo -cuando, por ejemplo, se los vincula con el prejuicio,¹⁶ lo cual puede, a su vez, ocasionar tensiones sociales-, los mismos se revelan indispensables para la construcción de la identidad y la cognición social. Amossy y Herschberg-Pierrot (2001/2010) problematizan esta bivalencia constitutiva¹⁷ del estereotipo en el pensamiento contemporáneo y reconocen su función en la construcción de la identidad, puesto que el estereotipo no solamente es interpretado por las autoras como un esquema reductor -el cual se debe denunciar-, sino también como un elemento positivo que posee funciones constructivas y productivas, las cuales intervienen en la delineación de los perfiles identitarios de los sujetos dentro de la esfera sociocultural. Las autoras se cuestionan en qué medida las imágenes colectivas se basan en fundamentos verídicos y, al mismo tiempo, si es factible que una imagen que discrepa completamente de la realidad se imponga persistentemente a un gran número de individuos. Este planteamiento ha dado origen a la hipótesis del *kernel of truth*¹⁸ (Fishman, 1956) que detentan los estereotipos. Cabe entonces cuestionarse: ¿Los estereotipos son verdaderos o

¹⁵ Esta disciplina indaga sobre el estudio y comprensión del entendimiento humano y abarca diferentes procesos de la adquisición de conocimiento, tales como la memoria, la concentración, la formación de conceptos y el procesamiento de la información.

¹⁶ En su obra *Estereotipos y clichés* (2001), Amossy y Herschberg-Pierrot distinguen entre estereotipo y prejuicio, argumentando que en las ciencias sociales se relaciona al estereotipo, en su connotación positiva, con la construcción identitaria y la relación cognoscitiva social, mientras que en su connotación negativa se lo asocia con el prejuicio.

¹⁷ Esta reevaluación -acorde con las nociones vertidas anteriormente por Lippmann- no logró suprimir completamente la estimación despectiva del estereotipo, sino que coexiste con ella desde hace décadas.

¹⁸ Núcleo de verdad (La traducción es de la autora).

falsos? La hipótesis del **núcleo de verdad** responde a una concepción menos desfavorable en relación con el estereotipo, considerándolo veraz y falaz a la vez, aunque más proclive a la verdad. Esta posición sostiene que los estereotipos son intrínsecamente verdaderos y se originan en contacto con la realidad, pese a que luego se escinda esta concomitancia debido a factores como su generalización o rigidez.¹⁹

El estereotipo del napolitano «camorrista», dedicado al contrabando de mercadería, que hace del soborno y el chantaje una forma de vida y amenaza con asesinar a familiares de otras bandas criminales si no obtiene lo que desea, constituiría un ejemplo de cristalización y generalización proveniente de un núcleo de verdad. De hecho, la Camorra -organización criminal mafiosa- se originó en Nápoles alrededor del siglo XIV. A pesar de los intentos por parte del Estado italiano de desarticular dicho sistema delictivo, la Camorra sigue existiendo. Esto no implica, ciertamente, que todos los napolitanos se dediquen a delinquir. Citamos, a modo de ejemplo, una escena del filme de Miniero, cuando el protagonista milanés que aloja en la casa de su empleado napolitano encuentra en la habitación un baúl que contiene explosivos. Este descubrimiento le hace pensar -de manera prejuiciosa- que la familia de su subordinado forma parte de un clan camorrista que planea un ataque mafioso, cuando en verdad se trata de materiales necesarios para el armado de fuegos artificiales.

Como bien puede inferirse, los enfoques aquí reseñados comparten la noción de estereotipo como elemento de tensión y divergencia en las relaciones intercomunitarias e interpersonales y, a su vez, como producto cultural del proceso de socialización. Por esta razón, sería inexacto sopesar únicamente el carácter arbitrario y nocivo del mismo, pues puede estar ancorado en hechos reales e inspirarse en una base fáctica observable. Es por ello que, en la actualidad, las ciencias sociales tienden a descentrar el debate acerca de la veracidad de los estereotipos hacia la cuestión del uso que se hace de los mismos, indagando acerca del modo en el cual el proceso de estereotipación incide en la vida social y en la interacción entre los grupos. En otros términos, tal como afirman Amossy y Herschberg-Pierrot en alusión a los conceptos de Leyens (1994), «ya no se trata de considerar los estereotipos como correctos o incorrectos, sino como útiles o nocivos» (2001, p. 43).

¹⁹ Uno de los principales oponentes de esta teoría es Frederic Munné (1989), quien defiende «un núcleo de falsedad» en lugar del «núcleo de verdad». En la visión de este autor, los estereotipos contienen un porcentaje de infundio superior al fondo de verdad.

Amossy y Herschberg-Pierrot (2001/2010) retoman y profundizan las nociones de Lippmann (1922/2003) y Allport (1954/1968) respecto de la incidencia de los procesos comunicacionales en la formación de estereotipos y sostienen que estas construcciones imaginarias en la sociedad contemporánea se ven favorecidas por los medios de comunicación, los cuales desempeñan un rol substancial no solo en la construcción, sino también en la reproducción y mantenimiento de estereotipos. De hecho, la literatura de consumo de textos escritos, orales o visuales emplea estereotipos porque estos permiten que los lectores, oyentes y espectadores identifiquen y reconozcan con inmediatez y eficazmente el mensaje que pretenden transmitir, de manera que el público se forje una idea acerca de un grupo social o étnico con el que no se ha involucrado jamás. No obstante, sería insuficiente remitirse a la observación directa de la realidad para validar o invalidar los estereotipos, puesto que lo que percibimos está, o bien previamente modelado por las imágenes colectivas que los individuos tenemos incorporadas, o bien filtrado por el discurso de los medios. En palabras de las autoras, «la visión que nos hacemos de un grupo es el resultado de un contacto repetido con representaciones enteramente construidas o bien difundidas por el discurso de los medios. El estereotipo sería principalmente resultado de un aprendizaje social» (Amossy & Herschberg-Pierrot 2001/2010, p. 41). De esta manera, en el caso de la presente investigación, los estereotipos relativos al italiano norteño y sureño se transmitirían y consolidarían en virtud de las representaciones sólidas que se realizan de los mismos desde el cine comercial.²⁰ Es importante destacar que el estereotipo, desde esta perspectiva mediática, es acaso el producto de un aprendizaje social de roles y comportamientos dominantes filtrados en los medios, específicamente en nuestro caso, en el discurso cinematográfico.

2.3 Teorías sobre los estereotipos sociales.

Como hemos advertido en este capítulo, existen diferentes perspectivas que explican el origen, el contenido y las funciones de las representaciones cristalizadas en la vida social. Si bien tales lineamientos teóricos se focalizan en diferentes niveles de análisis del estereotipo -ya sea a nivel intrapersonal, interpersonal, intragrupal o bien intergrupala-, todos ellos asumen que el mismo constituye un factor importante de cohesión y consolidación social.

²⁰ El cine comercial está conformado por películas pensadas para grandes audiencias, puesto que su objetivo principal está relacionado con la generación de beneficios económicos.

Stroebe e Insko (1989) realizan una clasificación de estos enfoques según los factores que intervienen en la formación de los estereotipos se basen en aspectos personales (Teoría del chivo expiatorio de Bettelheim y Janowitz, 1956; Teoría de la personalidad autoritaria de Adorno, 1950); cognitivos (Teoría de la congruencia en la creencia de Rokeach, 1960; Teoría de la acentuación de Tajfel, 1969; Teoría de la correlación ilusoria de Hamilton, 1981) o socioculturales (Teoría del conflicto realista de Sherif, 1966; Teoría de la identidad social de Tajfel y Turner, 1979, 1985; el Modelo explicativo de formación y cambio de estereotipos étnicos y nacionales, Bar-Tal, 1994). Precisamente, la propuesta de Bar-Tal integra, a nuestro entender, los diferentes niveles de análisis estudiados por Stroebe e Insko (1989) y los complementa con los postulados de la orientación cognitiva,²¹ que es la dominante en la actualidad.

Bar-Tal parte de la premisa según la cual los estereotipos no son universales, sino que se construyen individual y colectivamente. A partir de este concepto, elabora un modelo global e integrado de la formación de los estereotipos en el que convergen aspectos individuales, sociales y culturales. Concretamente, el modelo concibe al estereotipo como conocimiento que se forma a partir de información que proviene de fuentes externas. La fuente puede ser uno o más miembros de un exogrupo que proporcionan información a través del contacto directo y/o canales políticos, sociales, culturales y educativos. En opinión de Bar-Tal, existen tres tipos de factores que influyen en el contenido de los estereotipos. En primer lugar encontramos las variables macrosociales, que constituyen la base para la formación y cambio de los estereotipos. De hecho, los factores sociales, políticos y económicos son en gran medida los responsables de los estereotipos colectivos en relación con el exogrupo. Este primer nivel de análisis está conformado por diferentes dimensiones, como la naturaleza e historia de las relaciones intergrupales,²² los factores sociopolíticos y las condiciones económicas.²³ En segundo lugar se ubican los mecanismos

²¹ Esta línea teórica especifica que el estereotipo consiste en un conjunto de creencias compartidas acerca de las características personales que poseen los integrantes de un grupo, lo cual implicaría que tales creencias estarían estructuradas y relacionadas entre ellas. El estereotipo abarca desde rasgos de personalidad a conductas, características físicas, roles, ocupaciones, etc. y está ligado a grupos sociales que se corresponden con una determinada forma de ser. Es precisamente esa entidad la que nos permite categorizar a los miembros del grupo como poseedores de algunos rasgos, en definitiva, del estereotipo (Morales & Moya, 1996).

²² De acuerdo con Bar-Tal, aspectos como la cooperación, el apoyo y las relaciones intergrupales amistosas atribuyen rasgos positivos a los miembros del exogrupo, mientras que las relaciones hostiles o competitivas inducen a evaluarlo negativamente.

²³ Según Bar-Tal (1994), a fin de comprender el origen de los estereotipos, debemos contemplar no solo las actuales relaciones entre los grupos, sino también el pasado de esas relaciones, pues la historia se refleja en la naturaleza de los estereotipos vigentes. Un ejemplo de lo dicho lo conforma el estereotipo *terrone* para

de transmisión, son los dispositivos mediadores a través de los cuales el endogrupo adquiere información sobre las características del exogrupo, esto es, el contacto directo, los canales sociales, políticos, culturales, educativos y los miembros socializantes del núcleo familiar. El tercer y último nivel lo conforman las variables mediadoras personales, las cuales advierten que la información recibida sobre los integrantes del grupo otro no es reproducida con exactitud porque está interpretada, evaluada, organizada y almacenada a través de un proceso cognitivo influenciado por un conjunto de variables tales como el conocimiento personal, las habilidades cognitivas, el lenguaje, los valores, las actitudes, las motivaciones o la personalidad.²⁴ La combinación enajenable de estas variables da como resultado el contenido del estereotipo. Asimismo, a través de las mismas, es factible analizar dos dimensiones que determinan la influencia del estereotipo en las relaciones personales y grupales: su intensidad y alcance. La primera se refiere al grado de confianza que un individuo deposita en la significación del estereotipo y la segunda está relacionada con el grado de consenso que los miembros de un grupo mantienen con respecto a un estereotipo específico. Los efectos de los estereotipos dependen en gran medida de su intensidad y grado de consenso, dado que, mientras más intensos son y mayor acuerdo existe, mayor influencia ejercen en la conducta del grupo y de sus individuos.

2.4 Los estereotipos socioculturales: nuestra definición.

En lo concerniente a los «estereotipos sociales», Elosua (1994) señala que los mismos son simplificaciones y generalizaciones que hacemos las personas que pertenecemos a un grupo sobre otros grupos sociales y culturales, cuyo origen radica en el proceso cognitivo de categorización -indicado inicialmente por Lippmann (1922/2003) y retomado posteriormente por Allport (1954/1968), Tajfel (1979, 1981, 1984) y otros-, que tiene lugar cuando intentamos estructurar el entorno que nos rodea para hacerlo más inteligible. Cabe subrayar, sin embargo, que el término «estereotipo cultural»²⁵ pone de relieve la

referirse a los italianos originarios del sur. Pese a que, en su momento, la denominación de este grupo podría haber reflejado la condición real de los campesinos meridionales, el estereotipo se ha transmitido a través de generaciones y medios de comunicación, por lo que *terrone* es empleado incluso actualmente como apelativo despectivo e injurioso hacia los italianos meridionales que residen en el sur o que emigran al norte de la península en busca de mejores condiciones económicas.

²⁴ Como percibiremos más adelante, en los textos fílmicos *Così parlò Bellavista* y *Benvenuti al Sud*, el conocimiento personal de los miembros del exogrupo propiciaría la desnaturalización de estereotipos socioculturales, mientras que en *La fame e la sete* el mantenimiento de tales estereotipos se correspondería más bien con el hecho de satisfacer motivos afectivos y sociales.

²⁵ Coincidimos con Elosua cuando afirma que «estereotipo social» y «estereotipo cultural» son expresiones sinónimas. Sin embargo, nosotros optamos por denominar a nuestro objeto de estudio

importancia fundamental que detenta la cultura del grupo en la formación de los estereotipos. Es sustancialmente por este motivo que en nuestro trabajo concebimos los «estereotipos socioculturales» como creencias cristalizadas compartidas acerca de un conjunto de características culturales (costumbres, formas de comunicación, rasgos psicológicos, conductas de rol, atributos físicos) que un determinado grupo humano posee de sí mismo y, a su vez, asigna a otro a partir de los patrones sociales previamente establecidos en su cultura de pertenencia.

2.5 Las funciones individuales y sociales de los estereotipos socioculturales.

¿Por qué los individuos albergamos mecánicamente estereotipos en nuestro imaginario social? Las funciones que cumplen o podrían cumplir los estereotipos han constituido un tema vastamente estudiado por la Psicología Social. *Verbi gratia*, Lippmann (1922/2003) sostenía que los estereotipos eran desarrollados por los individuos para defender sus posiciones en la sociedad, mientras que Allport (1954/1968) atribuyó a los estereotipos la función de justificar el comportamiento de los individuos con respecto a los miembros de otros grupos sociales. No obstante, fue Tajfel (1984) quien propuso un análisis sistemático conjugando las relaciones individuales e intergrupales de estas funciones.

Una de las funciones individuales de los estereotipos es la que se desprende del proceso de categorización, el cual establece que las representaciones sólidas nos resultan útiles para ordenar y reducir la complejidad y variedad de estímulos que provienen del medio social. A través de la comparación, tal procedimiento provocaría en los individuos una forma particular de percibir a los miembros del propio grupo de pertenencia en relación con los integrantes de otros grupos, pues se acentuarían las semejanzas percibidas por los miembros del endogrupo -creándose una idea de igualdad entre los mismos- y se marcarían aún más las diferencias con respecto a los del exogrupo, ciertamente en función del estereotipo y de la tendencia a evaluar siempre de modo positivo al propio grupo (favoritismo endogrupal). Es el caso de otra de las escenas de *Benvenuti al Sud*, en la que el protagonista pretende pagar el gesto de camaradería que han tenido sus empleados al amoblarle su nuevo departamento para que su estadía sea más confortable. El director de la oficina postal se sorprende por esa conducta, porque en el norte estos comportamientos no son frecuentes entre personas que no se conocen muy bien. Sin embargo, en el sur, la

«estereotipos socioculturales», para destacar la relevancia de la cultura y la sociedad en la formación de estereotipos.

solidaridad es una de las dimensiones valorativas de los estereotipos más difundidas, incluso entre extraños.

Otra de las funciones individuales de los estereotipos señaladas por Tajfel es la de proteger y defender el sistema de valores de los individuos. A este respecto, indica que el hecho de que el estereotipo sea compartido provoca que sea reforzado con facilidad y, en consecuencia, requiere mucha información y evidencia para desconfirmarlo, si bien son pocos los datos necesarios para convalidarlo. En definitiva, existe resistencia al cambio de estereotipos, más aún cuando estos se refieren a un grupo que es relevante para el sujeto (Huici, 1999; Morales & Moya, 1996). A modo de ejemplo, en *Benvenuti al Sud*, el personaje principal, alertado por sus coterráneos acerca de la inmundicia que existe en el sur, cree confirmar este estereotipo cuando observa a un meridional arrojar desde la ventana de la cocina la bolsa de residuos.

Respecto de las funciones sociales de los estereotipos, Tajfel (1984) sugiere que es necesario profundizar tanto en el contenido como en la difusión de los estereotipos en los distintos grupos sociales para salvaguardar los intereses colectivos del grupo. La primera de las funciones sociales a la que nos referimos está ligada a la explicación de la realidad social y su causalidad. Esto significa que son útiles para argüir y racionalizar los acontecimientos sociales,²⁶ puesto que, según la visión del autor, las categorías y los estereotipos son socialmente construidos a través de la asignación de ciertos rasgos a los miembros de un mismo grupo en función de propiedades sucedáneas entre ellos. En *La fame e la sete*, uno de los protagonistas le cuenta a su mujer que su padre ha fallecido. En la siguiente secuencia dialogada advertimos un ejemplo que ilustra este fenómeno: *-Cosa aveva? -Un negozio da barbiere, due pezzi di terra e una casetta, niente di più*²⁷ (Cecchi Gori & Rusic, 1999). Justamente, la respuesta está íntimamente relacionada con el estereotipo de «riqueza» que define al italiano norteño, pues no refiere la causa de muerte de su progenitor sino los bienes materiales que este poseía.

La segunda función social que cumplen los estereotipos es la de justificar los comportamientos discriminatorios hacia los miembros de otros grupos. Si estamos convencidos de que algunos grupos sociales poseen características negativas, nuestro comportamiento con respecto a ellos dependerá de ese estereotipo y, por consiguiente,

²⁶ Según Leyens (1996), esta concepción se opone a la perspectiva en la que los estereotipos adquieren su contenido en función de una realidad objetiva.

²⁷ “-¿Qué tenía? -Una barbería, dos pedazos de tierra y una casita, nada más” (La traducción es de la autora).

nuestro modo de proceder estará excusado por el propio estereotipo. Resulta oportuno en este momento recordar la escena de *Benvenuti al Sud*, en el momento en que el personaje principal prepara su equipaje para mudarse a un pueblito cercano a Nápoles y su esposa lo insta a ponerse un chaleco antibalas porque le teme a los ladrones y a la Camorra. El accionar discriminatorio de su mujer, compartido por su marido, está justificado por el temor a que le hagan daño y se funda en el estereotipo negativo de «mafioso» con el que se identifica al exogrupo, en este caso, a los meridionales.

Por último, Tajfel advierte que los estereotipos son útiles para mantener una identidad positiva del propio grupo, en especial, cuando el *status quo* está en riesgo (Huici, 1999). Aun en situaciones en las que prevalece la idea de igualdad entre los colectivos, se puede alcanzar la distintividad social positiva entre grupos beneficiando al endogrupo en las dimensiones más valiosas y otorgando al exogrupo positividad pero en aspectos menos relevantes, en pos de mantener la superioridad del propio grupo de pertenencia. En *Così parlò Bellavista*, los napolitanos critican el modo de ser de los nuevos inquilinos milaneses por su comportamiento marcadamente discordante con el de ellos. De hecho, uno de los personajes meridionales afirma: *Professò... avete visto? Nun c'ha manco guardato in faccia! Chella è gente strana! Ha detto mia moglie Rachelina che quando mangiano non guardano nemmeno la televisione!*²⁸ (Orfini & Bolles, 1984). De esta manera, los partenopeos muestran la superioridad de su grupo sobre el grupo otro, pues están convencidos de que su accionar (detenerse, saludar, conversar con el vecino y ver televisión) es el más adecuado.

Asimismo, Jost y Banaji (1994) indican que el contenido de los estereotipos es una de las consecuencias contradictorias de la influencia de la ideología en el proceso de estereotipia, destacando que tanto los grupos sociales favorecidos como los desfavorecidos pueden disponer en el estereotipo de un contenido de signo positivo o negativo, puesto que el contenido específico de ambos estereotipos depende del mantenimiento del *status quo*, independientemente del carácter de dicho contenido. Por ejemplo, en las películas *Così parlò Bellavista*, *La fame e la sete* y *Benvenuti al Sud* los protagonistas que personifican al «italiano trabajador» desde una óptica ideológica septentrional sería evaluada como una característica positiva, mientras que para la idiosincrasia meridional tal cualidad conformaría un estereotipo de signo negativo, pues el hecho de ser «trabajador» les

²⁸ “¿Vio, Profesor? ¡Ni siquiera nos miró a la cara! ¡Esa es gente extraña! Me dijo mi mujer Rachelina que cuando comen ¡tampoco miran televisión!” (La traducción es de la autora).

impediría disfrutar de otros aspectos de la vida, como la familia, los amigos o simplemente del *dolce far niente*.²⁹

2.6 Cambio del contenido de los estereotipos.

A lo largo de nuestro trabajo hemos empleado las expresiones sinónimas «ideas cristalizadas», «representaciones sólidas» e «imágenes fijas» para referirnos al conjunto de creencias compartidas acerca de las características personales que poseen los miembros de un grupo con respecto a otro. Sin embargo, a pesar de que todas estas denominaciones denotan la idea de rigidez e inflexibilidad que caracteriza a los estereotipos, nos cuestionamos si en los mismos es posible un cambio de contenido.

Sabemos que los seres humanos no nacemos con estereotipos que abrazan conceptos singulares sobre nosotros mismos y los otros, sino que se construyen y transmiten individual y socialmente. Por otra parte, somos conscientes de que el contenido del estereotipo es fundamental en el momento de determinar la naturaleza de las relaciones interpersonales e intergrupales. En otras palabras, las características, pretensiones y competencias que un grupo atribuye a otro pueden influir en el tipo de conductas y comportamientos que tendrían lugar en el encuentro y posterior interacción de los colectivos sociales. ¿Cómo reacciona entonces la persona que recibe información acerca del grupo al que hace referencia el estereotipo? Al respecto, Elosua (1994) refiere que, por lo general, en los individuos existe una tendencia a procurar y seleccionar información acerca de los Otros que revalide sus expectativas. Asimismo, los individuos son proclives a atribuir a factores más situacionales que internos el comportamiento que no se corresponde con las expectativas. Según la autora, esto es así porque la búsqueda de evidencias que corroboren las expectativas es cognitivamente más fácil que su desconfirmación y más gratificante, por cuanto nos confirma los rasgos del grupo que tenemos naturalizados. En este orden de ideas, pese a la extraordinaria estabilidad y resistencia al cambio que poseen los estereotipos, no son del todo inamovibles. Ya en la década del veinte, Lippmann (1922/2003) afirmaba que los estereotipos eran resistentes al cambio, indicando la manera en que se desvinculan de los cambios que ocurren en la realidad, puesto que las **imágenes mentales** son más simples y fijas que el flujo de los acontecimientos. Cuando estas percepciones de la realidad discrepan con los hechos, el individuo tiende a censurarlos o a distorsionar estos últimos. Así, el estereotipo hace las veces de un mecanismo sólido de

²⁹ “Ocio placentero” (La traducción es de la autora).

autodefensa para preservar la posición del individuo en la sociedad. Cabe agregar que, a partir de esta aproximación del comunicador norteamericano, el proceso de cambio de los estereotipos ha sido analizado por los científicos sociales desde diferentes enfoques, que procederemos a presentar a continuación.

Los «estudios descriptivos» hacen hincapié en el cambio de contenido producido por el paso del tiempo o por acontecimientos sociohistóricos de envergadura que pueden modificar las percepciones que un grupo posee sobre otro. La «hipótesis del contacto intergrupal» (Allport, 1954/1968) plantea que la interacción intergrupal aumenta la aceptación y el entendimiento entre sus miembros. Así, el contacto con individuos de grupos estereotipados propicia el conocimiento real del Otro y mejora los vínculos, transformando las imágenes estereotipadas que marcan negativamente las relaciones entre los individuos que pertenecen a los grupos. Estos postulados se sintetizan en una de las escenas apoteóticas de *Così parlò Bellavista*. Debido a un desperfecto técnico, el profesor meridional y el doctor septentrional permanecen atrapados en el ascensor durante algunas horas, momento en el cual las dos culturas se encuentran y logran conocerse de verdad.

2.7 Hacia una delimitación de conceptos clave: estereotipos, prejuicios y discriminación social.

Frecuentemente los estereotipos están acompañados por prejuicios, es decir, de una predisposición favorable o desfavorable hacia un grupo social completo o parte de los miembros que lo integran (Calvo, 1990, citado en Elosua, 1994), sin siquiera haber vivido una experiencia en la cual fundar dicho juicio, de manera que los sujetos que componen determinados grupos socioculturales son aceptados o rechazados por acuerdos tácitos convenidos por otros grupos sobre fundamentos escasos o inexistentes. Así, mientras que los estereotipos son imágenes fijas, creencias u opiniones positivas o negativas acerca de las características de un grupo, el prejuicio es conceptualizado como un afecto negativo. Si bien en principio se pensó que el prejuicio estaba ligado inescindiblemente al estereotipo - dado que este proporcionaría la información necesaria para reforzar las emociones negativas hacia un grupo-, hoy existe un cierto consenso en las perspectivas psicosociales en considerar al prejuicio como una actitud negativa hacia algunos grupos o integrantes de determinados grupos (Morales & Moya, 1996), tal como Allport (1954/1968) indicó en sus estudios preliminares.

Como dijimos anteriormente, estereotipos y prejuicios son relativamente independientes, por cuanto uno no implica necesariamente al otro. Sin embargo, existe una

estrecha relación entre los mismos, pues el estereotipo, en ocasiones, puede preceder o fundamentar el prejuicio. De acuerdo con Seymour Smith, «los prejuicios son juicios negativos preconcebidos de personas o grupos, basados no en el conocimiento de su conducta real sino en imágenes estereotipadas» (1992, citado en Malgesini & Giménez, 2000, p. 330).

Conforme a lo referido, en el prejuicio están involucrados los marcos «cognitivos» - predominantes en los estereotipos-, los «afectivos» -vale decir, los sentimientos, las emociones, las expectativas hacia determinados sectores para explicar y justificar las diferencias- y los «conductuales» -o sea, los comportamientos negativos dirigidos hacia los miembros de un grupo (Morales & Moya, 1996). En otras palabras, el estereotipo como creencia «implica al mismo tiempo una valoración de lo estereotipado» (Pérez Martínez, 2006, p. 130), lo cual puede inducir al prejuicio como actitud y puede causar discriminación como comportamiento,³⁰ como mostramos en la figura 1.

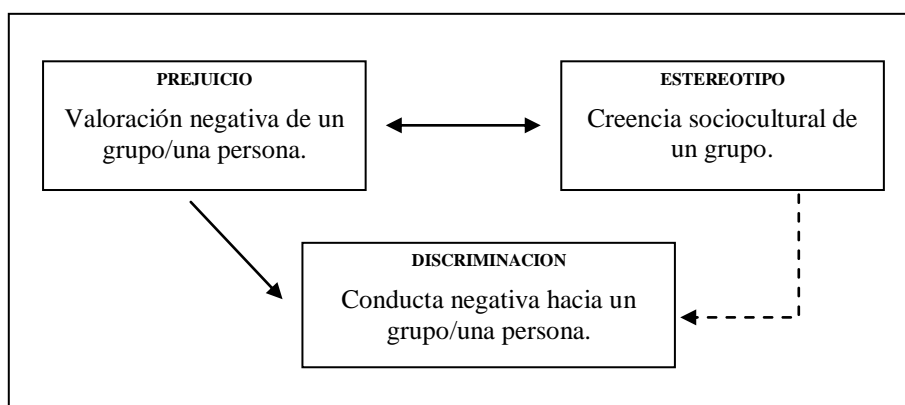


Figura 1. Relaciones entre estereotipo, prejuicio y discriminación

3. Cultura e Identidad

3.1 La cultura y su incidencia en la configuración de identidades.

La noción de cultura subyace a la reflexión de las ciencias sociales y humanas, pues estas se basan en ella para «pensar la unidad de la humanidad en la diversidad» (Cuche,

³⁰ Siguiendo a Allport (1954), podemos hablar de discriminación cuando un comportamiento niega el tratamiento de igualdad entre personas o grupos, lo cual supone reconocer a un individuo o colectivo como diferente y actuar de acuerdo con esa diferencia y no con las cualidades privativas de cada uno de ellos. En nuestros días, los científicos sociales definen la discriminación como el tratamiento desigual y desfavorable hacia un sujeto o grupo, como consecuencia del prejuicio (Puertas Valdeiglesias, 2004).

1996/2002, p. 5). Si bien el término «cultura» constituye una noción fundamental en los estudios sociales, no existe una definición universalmente aceptada, sino que, más exactamente, coexisten numerosas tesis sujetas a debate, delineadas y enmarcadas según la época histórica y la orientación teórica de cada uno de los autores. Así, ponemos a consideración algunas definiciones acerca de este concepto, seleccionadas en función de la importancia que reviste en investigaciones como esta, de corte intercultural:

La cultura es un patrón de significados transmitido históricamente y materializado en símbolos, un sistema de concepciones heredadas, expresadas en formas simbólicas (objeto, acto, hecho, palabra, gesto), mediante las cuales los hombres comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento y sus actitudes sobre la vida (Geertz, 1973/1992, p. 88).

[La cultura] es el conjunto de procesos donde se elabora la significación de las estructuras sociales, se la reproduce y transforma mediante operaciones simbólicas (García Canclini, 1989, p. 25).

[La cultura] es el universo de informaciones, valores y creencias que dan sentido a nuestras acciones y al que recurrimos para entender al mundo (Giménez, 1995, p. 41).

En los autores citados prevalece la idea de que la cultura es una dimensión pública, siempre presente en la vida humana y, por ende, trascendental en las relaciones sociales. A su vez, se privilegia la percepción de la cultura como la producción de sentido por parte de sujetos individuales o colectivos que organizan y asignan funciones a la realidad en la cual se hallan inscritos (Di Cristofaro Longo, 1993).

La cultura es, a todos los efectos, un proceso dinámico que se renueva constantemente, pues en ella se conjuga el pasado con el presente, el presente con el futuro, lo nuevo con lo antiguo, la tradición con la modernidad, la transformación con la adaptación. Retomando la metáfora de Geertz (1973/1992), el hombre es un animal atrapado en las telas de significados que él mismo teje y toda actividad que realiza produce significados y símbolos, cuyo producto es la cultura compuesta por elementos heredados, influencias exteriores adoptadas y novedades inventadas localmente.

En los estudios culturales se denomina «cultura objetiva» al conjunto de los productos que conforman la materialización u objetivación de la creación cultural humana. La «cultura objetiva» abarca los instrumentos, símbolos, códigos de valores, creencias, instituciones y modos de comportamiento, mientras que la «cultura subjetiva» es la asimilación o interiorización vital por parte del sujeto de los productos culturales de su entorno. Es el resultado de las facultades humanas e incluye los conocimientos, destrezas y

hábitos adquiridos por los individuos (García Almiburu, 2011). En tanto que los productos de la cultura objetiva trascienden al hombre y quedan adscritos a las sociedades enriqueciéndolas, aquellos de la cultura subjetiva son construidos por cada individuo, en particular mediante la adquisición de la herencia cultural que tiene a su disposición y que va incorporando a través de los procesos de socialización.

3.2 La cultura y su incidencia en la formación de identidades.

Dotar de sentido al mundo y hacerlo comprensible, diferenciar a un grupo de otros y proporcionar una estimación de sí mismo -condición indispensable para cualquier desarrollo, sea este personal o colectivo- son algunas de las funciones sociales sustanciales de la cultura (Geertz, 1973). Con base en lo afirmado, se infiere que la misma se comparte e indefectiblemente está relacionada con la vida social. Al respecto, Di Cristofaro Longo (1993) añade que la cultura subjetiva, conformada por cada uno de los significados seleccionados y aprehendidos por un individuo, grupo o colectividad, origina identidades «individuales y colectivas».³¹ Por consiguiente, para la autora, la identidad social encuentra su origen en una matriz cultural que plasma y transmite las especificidades que delimitan sus fronteras. La «matriz cultural» a la cual alude Di Cristofaro Longo denota una fuerte afinidad con lo que Giménez (2009) denomina «identidad». De hecho, el sociólogo sostiene que las identidades se construyen a partir de la apropiación por parte de los sujetos de determinados repertorios culturales que actúan contemporáneamente como diferenciadores (hacia afuera) y definidores de la propia unidad y especificidad (hacia adentro): «La identidad no es más que la cultura interiorizada por los sujetos, considerada bajo el ángulo de su función diferenciadora y contrastiva en relación con otros sujetos» (Giménez, 2003, p. 5). Esto revela el rol de la cultura en la formación de identidades, por cuanto distingue el repertorio de los rasgos idiosincráticos compartidos dentro de un grupo y quizás no compartidos fuera del mismo. Como consecuencia, cada persona obra según la identidad cultural que adquiere, define, modifica y redefine a través de un proceso de incorporación de elementos culturales que dura toda su existencia.

³¹ Colombres (1997) define la primera como «el conjunto de elementos, rasgos y circunstancias que distinguen a una persona de otra» y a la segunda como «el conjunto de características que permiten a una sociedad, comunidad o grupos de personas distinguirse de los otros, y a los individuos reconocerse o ser reconocidos como miembros del mismo» (pp. 64-65). No obstante, Sciolla indica que los dos tipos de identidades poseen semejanzas, puesto que ambas poseen «la capacidad de diferenciarse de su entorno, de definir sus propios límites, de situarse en el interior de un campo y de mantener en el tiempo el sentido de tal diferencia y delimitación, es decir, de tener una ‘duración’ temporal» (1983, p. 14).

3.3 Identidad cultural.

In primis, creemos oportuno precisar que si estuviésemos desprovistos del concepto de identidad nos sería imposible explicar las interacciones sociales, pues estos procesos implican que los interlocutores intervinientes se reconozcan unos a otros a través de la puesta en relieve de una determinada dimensión concerniente a su identidad. A fin de ilustrar lo dicho, hacemos referencia a uno de los personajes principales del filme *Così parlò Bellavista*, quien, dependiendo del contexto situacional, cumple los roles de profesor, inquilino y padre, mientras que sus interlocutores desempeñan las funciones de alumno, portero e hijo respectivamente.

Al igual que la cultura, la identidad no es un concepto fijo ni acabado, sino que se reconstruye tanto personal como mancomunadamente y se nutre de factores endógenos y exógenos que contribuyen al dinamismo de la cultura e inciden en la construcción identitaria cultural resultante de la fusión entre las identidades individuales y colectivas.

Conforme a lo expuesto, la identidad surge por diferenciación y como reafirmación frente al Otro, esto es, la noción de «identidad cultural» encierra un sentido de pertenencia a un grupo específico de referencia con el cual se comparten elementos culturales tales como la lengua, las relaciones sociales, los ritos y las ceremonias propias, las costumbres y las tradiciones, como así también los comportamientos sociales plasmados en su sistema de valores y creencias (González Varas, 2000).

En suma, la identidad cultural es el resultado del encuentro dialogal con los Otros, y, por ende, una construcción que se funda en una permanente dialéctica entre la identificación y la diferenciación, entre la pertenencia y la extrañeza. Es también inclusión y exclusión: identifica al grupo y, a su vez, lo distingue de los demás. De cualquier manera, las fronteras culturales e identitarias no serían absolutamente inalterables, pues la demarcación social que ejercen podría modificarse debido a las continuas interacciones entre los diferentes grupos socioculturales.

3.4 Identidad y dinamismo cultural.

Consideramos que, en la actualidad, la identidad cultural atraviesa una crisis profunda a causa del desarraigo producido por las migraciones motivadas por la búsqueda de mejoras laborales y económicas. Con el advenimiento de la globalización -como una de las consecuencias de la modernización- el individuo se descubre rodeado de una nueva

cosmogonía. En este contexto mundial, intercambios de toda índole se extienden e intensifican a través del comercio y los flujos migratorios e idiosincráticos que, inevitablemente, ocasionan cambios en la configuración de las identidades culturales.

En otras palabras, se plantea una relación entre la modernización y el binomio cultura-identidad. Según la opinión de autores como Giménez (1995) y Gómez García (2000), el impacto de la modernización sobre la cultura es doble: por un lado, modifica los modos de vida tradicionales y las identidades originadas en ella, y, por otro, incide en la formación de nuevas culturas e identidades cuando los individuos acceden a culturas otras. Al respecto, Raúl Bueno Chávez (2010) sostiene que, a pesar de todas las dificultades que implica el contacto, el encuentro y en algunos casos el choque entre culturas diferentes, aún es posible la pervivencia de la diversidad, pues ésta atesora identidades alternativas que sus dueños consideran entrañables.

Bueno Chávez (2010) alude a conceptos de Iuri Lotman, quien destacó el dinamismo semiótico que sigue al contacto cultural: este origina procesos de reactivación, rejuvenecimiento y desarrollo cultural, y no sólo de suspensión de rasgos propios e incorporación pasiva de los rasgos y signos del Otro. No obstante, esto no significa que las culturas viejas súbitamente muten hacia una nueva estructura, sino más bien que su conjunto fundamental de valores, su manera única de entender el mundo y su posición frente al ambiente encuentran nuevas formas de realización y expresión, produciéndose de este modo un enriquecimiento e intercambio mutuos, provechosos y convenientes para las culturas en contacto.

Como hemos afirmado anteriormente, ninguna cultura se mantiene incólume: las culturas cambian incluso cuando no son puestas en situación de contacto, si bien sus principios se mantienen en gran medida válidos y actuantes. Empero, las culturas dominadas se debaten entre la conservación y el cambio. El cambio negocia situaciones coyunturales como las que plantea la densa migración del campo a la ciudad (fenómeno presente desde el siglo XX que también se manifiesta en Italia -y se refleja en nuestro corpus-, por el cual habitantes del sur migran hacia el norte en busca de mejores condiciones de vida). La conservación intenta sortear las amenazas de la aculturación para asegurar la permanencia y el traslado de valores propios a través del tiempo y permite la existencia de culturas tradicionales e identidades alternativas (vale aclarar que este equilibrio se explicita en las múltiples vicisitudes que deben afrontar los protagonistas de las películas, que han decidido migrar por cuestiones de trabajo).

Para explicar los procesos y las dinámicas que surgen a partir de los contactos entre las culturas, la antropología propone categorías como «transculturación» e «hibridación». Esta última implica arreglos culturales de circunstancia, de distinto alcance y duración, en general dependientes de la coyuntura económica, social o cultural. La transculturación, en cambio, representa una negociación de alcances estructurales, en la cual parte de un sistema cultural se reformula o se deja de lado, se repliega o se excluye para incorporar de modo permanente elementos efervescentes o estratégicos del paquete cultural dominante.

Teniendo en cuenta los conceptos vertidos al respecto por Bueno Chávez (2010) y considerando los filmes seleccionados para analizar, comprender y quizás desnaturalizar los estereotipos socioculturales italianos presentes en dichos textos audiovisuales, trataremos de observar si estos fenómenos se manifiestan en los personajes que se trasladan de Italia septentrional al sur del país y viceversa.

De lo expuesto se desprende que a través de las estrategias de hibridación y transculturación se produce un enriquecimiento cultural mediante una relación intercultural. En el capítulo III tendremos la posibilidad de indagar si los personajes logran adaptarse a la nueva realidad sociocultural y apuestan a la diversidad, lo que no implica - como afirma Bueno Chávez- perpetuar la hostilidad, sino que apunta a la solución de contradicciones, prejuicios y conflictos a través del diálogo y el entendimiento, en una interacción cultural horizontal y sinérgica.

3.5 Identidad y alteridad.

Desde luego, la alteridad desempeña un rol fundamental en la construcción identitaria de los sujetos sociales. La conceptualización bajtiniana de alteridad hace hincapié en la manera en que el ser humano, desde la temprana adquisición del lenguaje y a lo largo de la vida, se gesta y desarrolla como un ser social, reconstruyendo su individualidad a partir de las acciones y del discurso de los Otros. «La conciencia del ser humano despierta inmersa en la conciencia ajena» afirma Bajtín (2000, p. 162), pues el sujeto social se forma en una constante interacción comunicativa del «Yo» con el «Otro». Así, el ser en Bajtín detenta un carácter esencialmente dialógico, pues el hombre necesita de un Otro para autodefinirse: «ser significa ser para otro y a través del otro para sí mismo» (Bajtín, 2000, p. 163). Desde este prisma, la alteridad no constituiría jamás un obstáculo, sino la presencia inevitable de la diferencia, contraste que propicia el genuino conocimiento del *ego*, puesto que es precisamente en las relaciones con un *alter* en donde se resuelve lo que

nos es propio y lo que nos hace distintos, como así también saber quiénes somos y qué nos hace diferentes.

En consecuencia, Bajtín plantea la identidad del sujeto como un fenómeno inherentemente dialógico en el que el Otro es parte constitutiva del ser, es su antecedente y referente necesario. La identidad del sujeto se plasma y se modifica en un continuo diálogo entre el sí mismo y el Otro. De este modo, la identidad es siempre una relación dialéctica con el otro, en la cual la identificación supone contemporáneamente la diferenciación. En definitiva, el análisis dialógico examina no solo el conjunto de interacciones en situaciones concretas y verificables entre los grupos, sino además el amplio repertorio de relaciones que los individuos mantienen con la metafísica, las divinidades y las normas morales y éticas puestas en juego. Entre los múltiples vínculos que se pueden establecer con el Otro, en el texto *Così parlò Bellavista* podremos observar la coexistencia de la superstición y la devoción mediterráneas en contraposición al agnosticismo y racionalismo septentrionales, la rigurosidad ética en la labor que cumple uno de los personajes en contraste con el camorrista napolitano, moralmente deshonesto y despótico en su proceder.

3.6 La identidad italiana.

En el siglo XX Benedetto Croce afirmaba que la identidad de un pueblo es *la sua storia, tutta la sua storia, nient'altro che la sua storia*.³² La historia es **la autobiografía de una nación** -como la definió el intelectual antifascista Piero Gobetti- cuya identidad está arraigada en su memoria. Si observamos el pasado, podemos contemplar que la historia italiana está conformada por divisiones y contrastes, rivalidades y conflictos, expresiones identitarias regionales marcadas y significativas. No obstante, como indica Stefano Galli (2009), en la memoria histórica de la cultura italiana es posible distinguir tres intentos de construcciones identitarias influyentes y condicionantes: el *Risorgimento*,³³ el Fascismo y el período republicano, que se caracterizaron respectivamente por sus ideales patrióticos, nacionales y democráticos. El discurso pronunciado en el Parlamento italiano por Francesco De Sanctis el 2 de junio de 1864 refleja las dificultades que implicaba una construcción identitaria nacional por parte de los estados liberales que condujeron Italia luego de su unificación territorial: *-Viva l'Italia! -perché l'Italia sia fatta; io vedo che*

³² “Es su historia, toda su historia, nada más que su historia” (La traducción es de la autora).

³³ El *Risorgimento* es el movimiento político y cultural de inspiración romántica y patriótica que conflujo en el proceso de reunificación e independencia territorial y política de Italia entre los primeros años del siglo XIX y 1870 (Bortolon, 2012).

*ciascuno porta ancora dentro a sé qualche cosa del suo passato, delle sue memorie, delle sue tradizioni; ciascuno di noi, essendo pure italiano, sente in sé ancora qualche cosa di napoletano, di lombardo, di toscani.*³⁴ (pp. 145-146).

Durante la época fascista, Mussolini intentó forjar una identidad nacional italiana compacta, desacreditando la experiencia histórica de las administraciones liberales y estableciendo nuevas bases de la identidad italiana en la historia contemporánea, concebida, estudiada y descrita desde una óptica funcional al régimen, tal como lo expresó claramente en una entrevista al *Chicago Daily News* el 24 de mayo de 1924: *Quando l'unità fu compiuta, Massimo d'Azeglio volle definirla con una frase che da noi divenne molto popolare: 'L'Italia è fatta; ora dobbiamo fare gli italiani'. Il fascismo è il massimo esperimento della nostra storia nel fare gli italiani.*³⁵ (Galli, 2009, p. 55).

Después de la Segunda Guerra Mundial, el país acabó lacerado en su identidad histórica, política y cultural y apostó por un cambio radical: abandonó la monarquía y el totalitarismo para abrazar la república y la democracia. El estado republicano también se propuso el objetivo de *fare gli italiani*:³⁶ urgía en Italia una conciencia unitaria colectiva para formar la identidad de este pueblo. Como observamos, a lo largo de los casi cien años que separan al *Risorgimento* de la época republicana, el proyecto de construcción de la identidad italiana nunca concluyó. Tal vez eso se debe a la tardía y forzada unificación política en bloque entre el estado piamontés y las masas de campesinos meridionales en el siglo XIX, a partir de la cual se conservan hasta nuestros días las memorias regionales y locales, en ocasiones contrapuestas. De hecho, Vincenzo Gioberti, en su obra *Del primato morale e civile degli italiani* (1843), describía algunas de las peculiaridades nacionales que evidenciaban las diferencias entre el norte y sur de Italia: *I napoletani sono l'opposto dei piemontesi, e peccano per eccesso, come questi per difetto: negli uni l'immaginazione, l'ardire, l'impeto, la mobilità, il lusso del pensiero, dell'affetto e dello stile soverchiano e traboccano, negli altri sovente mancano o scarseggiano.*³⁷ (Gioberti, 1843, p. 182). En la

³⁴ “¡Viva Italia! -para la construcción de Italia yo veo que cada uno todavía lleva dentro suyo algo de su pasado, sus memorias, sus tradiciones; cada uno de nosotros, aún siendo italiano, siente en su interior algo de napolitano, de lombardo, de toscano” (La traducción es de la autora).

³⁵ “Cuando Italia logró su unidad, Massimo D'Azeglio quiso definirla en una frase que entre nosotros devino muy popular: ‘Italia está hecha, ahora debemos hacer a los italianos’. El fascismo es el máximo experimento de nuestra historia en la construcción de los italianos” (La traducción es de la autora).

³⁶ “Hacer a los italianos” (La traducción es de la autora).

³⁷ “Los napolitanos son la antítesis de los piamonteses y pecan por exceso, como aquellos por defecto: en los primeros la imaginación, el coraje, el ímpetu, la movilidad, el lujo de pensamiento, afecto y estilo superan y desbordan, en los segundos a menudo tales características faltan o escasean” (La traducción es de la autora).

misma línea, Luigi Carlo Farini, funcionario del Reino de Italia, escribió en una misiva dirigida a Cavour la célebre exclamación: *Che barbarie! Altro che Italia! Questa è Africa: i beduini a riscontro di questi cafoni, sono fior di virtù civile.*³⁸ (Farini, 1861, citado en Galli della Loggia, 1998, p. 64).

Si bien en la fase preunitaria existía una identidad nacional, se trataba de un concepto abstracto que circulaba solo entre los intelectuales, ya que los habitantes de la península compartían un escaso entusiasmo por lograr la unidad nacional y cultural. En términos de Umberto Eco, la identidad italiana es un producto de la historia y algunos pueblos tienen una identidad secular y hay otros para quienes el fenómeno es nuevo. En Italia, en el siglo XIX, los hombres de letras tenían una identidad italiana que el campesino del sur no poseía (Eco, 1992). Asimismo, el sociólogo italiano Marino Livolsi (2011, p. 12) asevera que *non esiste una sola, ma molte Italie*,³⁹ puesto que, como bien asegura Ruggiero Romano (1994, p. VIII) *la storia d'Italia è la somma e l'intreccio delle varie storie locali*,⁴⁰ por lo que, actualmente, la identidad nacional italiana sería la suma de identidades locales - impregnadas de rasgos distintivos de italianidad- que se encuentran, dialogan, negocian y se confrontan en el interior de una nación plural. En consecuencia, estudiosos como Romano (1994), Galli della Loggia (1998) y Patriarca (2010) sostienen que la identidad nacional italiana (la manera de originarse y de ser del Estado-nación) étnica y culturalmente es débil porque está estrechamente relacionada con un estado joven, mientras que la identidad italiana (la naturaleza de su pasado histórico) es considerablemente sólida, pues se refiere al carácter de los italianos, es decir, a sus inclinaciones y disposiciones morales.⁴¹ Es por esta razón que Romano propone inquirir la identidad italiana en los rasgos originarios presentes en la península desde hace milenios:

Credo poco nella nazione e credo molto, invece, nel paese. La nazione è un'idea e un'idea giovane (poco più di due secoli). Il paese è un fatto antico. Ritorniamo dunque al nostro grande paese che è l'Italia. E ricordiamo anche che potremo essere monarchici o repubblicani, federati o confederati o centralisti o quel che si vorrà, ma saremo ben poca cosa se dimenticheremo che siamo italiani, tutti, con pari dignità. ... Mangiare e bere,

³⁸ “¡Qué barbarie! ¡Esto no es Italia! ¡Esto es África! Comparados con estos brutos, los beduinos son flor de virtud civil” (La traducción es de la autora).

³⁹ “No existe una sola Italia, sino muchas Italías” (La traducción es de la autora).

⁴⁰ “La historia de Italia es la suma y la red de múltiples historias locales” (La traducción es de la autora).

⁴¹ Patriarca (2010) especifica al respecto que el carácter nacional se refiere a las disposiciones «objetivas», consolidadas (un conjunto de particulares rasgos morales y mentales) de una población, mientras que la identidad nacional, expresión acuñada más recientemente, tiende a indicar una dimensión más «subjetiva» de percepción y autoimagen que pueden implicar un sentido de misión y proyección en el mundo.

*bestemmiare e sentire magico, un certo gusto estetico o il piacere della vita in piazza e tanti elementi ancora costituiscono un patrimonio comune alle genti del paese Italia, e sia pure in modo variegato.*⁴² (1994, p. XVII).

Ernesto Galli della Loggia especifica en su libro *L'identità italiana* (1998) que en este concepto se encuentran todos los elementos que formarían el estereotipo antimeridional que el resto del país tendría hacia el sur de la península y que a su vez sería compartido por estos últimos en relación con los primeros.

En la misma línea que Gioberti y Farini, Cesare Lombroso, en su obra *L'uomo delinquente* (1876/1896), aseguraba que Italia estaba formada por dos razas de características fisiológicas y fisonómicas disímiles y estas, a su vez, con el atavismo de ciertas formas de vida. Uno de estos linajes -constituido por burgueses y cultos- poblaba el norte y el centro de la península, y el otro -conformado por criminales, prostitutas e individuos indeseables- residía en el sur y las islas. Así, en opinión del intelectual positivista, en Italia la delincuencia se concentraba en Calabria, Sicilia y Cerdeña, mientras que en el norte no se registraban homicidios, pues los habitantes eran de origen septentrional. De tales aserciones se infiere no solo la supuesta preeminencia del norte sobre el sur, sino también la relación conflictiva entre sendos puntos geográficos.

Asimismo, Galli della Loggia pone en relieve que hacia el final de los años ochenta, las perennes diferencias entre el sur y el norte de Italia tuvieron por primera vez su representación política con el nacimiento de la *Lega Lombarda* -devenida posteriormente en la *Lega Nord*-, la cual propugnaba políticas federalistas o más precisamente separatistas, pretendiendo el reconocimiento de identidades regionalmente autónomas y marcando una neta disparidad socioeconómica, existente hasta nuestros días.

4. Cine y humor

4.1 La comedia del arte y la comedia a la italiana.

Ciertos componentes que se esgrimen en el cine cómico actual, tales como la caricaturización de los personajes, la ironía, la autocrítica y el estoicismo para afrontar

⁴² “Creo poco en la nación, en cambio, creo mucho en el país. La nación es una idea y una idea joven (poco más de dos siglos). El país es un asunto antiguo. Por lo tanto, volvamos a nuestro gran país que es Italia. Y también recordemos que podremos ser monárquicos o republicanos, federados o confederados o centralistas o lo que se quiera, pero seremos muy poca cosa si olvidamos que somos italianos, todos, con la misma dignidad ... Comer y beber, blasfemar y ser supersticiosos, un cierto gusto estético o el placer de la vida en una plaza y muchos otros elementos constituyen el patrimonio común de los habitantes de Italia, aún con sus variaciones” (La traducción es de la autora).

situaciones dramáticas de la vida cotidiana, son recursos heredados de la *commedia dell'arte* y la *commedia all'italiana*.

La *Commedia dell'arte* nace en Italia a fines del siglo XVI y posteriormente se desplaza hacia Alemania, Inglaterra y Francia. Se trata de una tipología de teatro auténticamente popular, crítico y social, caracterizado por estímulos satíricos, burlescos e improvisados. Sus personajes representan la conciencia fragmentada y plural de la Italia de la época, en la que se fusionan idiosincrasias regionales y variantes dialectales. Estos actores simbolizan una concepción paródica de modelos sociales, por lo que constituyen una imitación bufonesca de valores y relaciones predominantes en las culturas a las que remiten sus interpretaciones (Maestro, 1998).

Desde el siglo XVI al XVIII, diversas formas y géneros cómicos de la literatura europea se valen de los esquemas y estereotipos de la *commedia dell'arte*, cuyos personajes principales responden a diferentes tipologías: los amos, personajes en los que se parodia alguna forma de poder, como *Pantalone*, *Il Capitano* e *Il Dottore*; la astucia y el ingenio de las figuras femeninas, representados por *Corallina* y *Colombina*; los buenos sentimientos y valores de los amantes *Rosana* y *Florindo*; los criados siempre hambrientos y pendencieros, interpretados por *Arlecchino* y *Pulcinella*. Precisamente estos dos últimos personajes se transforman en los arquetipos lógicos de conducta de los italianos originarios de diferentes regiones italianas (Patriarca, 2010). Así, *Pulcinella* personifica los vicios y virtudes napolitanas: es un siervo pobre y charlatán al cual le gusta comer y beber; es un excelente orador y cantor, aunque rufián, alcahuete y torpe. *Arlecchino*, siendo originario de Bérgamo, es identificado con los hábitos y las peculiaridades septentrionales: es ágil, vivaz y bromista y utiliza sus intrigas para conseguir comida, su máxima apetencia. Es asimismo, dueño de una personalidad camaleónica pues, dependiendo de la situación y de su conveniencia, ora es inteligente, ora mentecato, ora sensual, ora grosero.

En definitiva, la comedia de máscaras, famosa por sus personajes y situaciones estereotipadas, simboliza aspectos eternos e inmutables del ánimo humano, favorecidos y reforzados por el uso de la máscara, que logra la creación de personajes típicos con características fijas, sean estas físicas o morales.

Por su parte, la expresión *commedia all'italiana*⁴³ refiere a un género de cine cómico-satírico de matriz neorrealista que surge en Italia en la década del cincuenta y se extiende

⁴³ Dicha denominación surge parafraseando el título de uno de los mayores éxitos de esta corriente cinematográfica, *Divorzio all'italiana* (1961) del director Pietro Germi.

hasta principios de los años ochenta. Si bien en este período creativo se producen comedias cuyo objeto es hacer reír, sus contenidos son profundos y actuales, puesto que las situaciones y las tramas típicas de la comedia tradicional se asocian irónicamente a una punzante sátira costumbrista que refleja la evolución de la sociedad italiana de entonces. En efecto, en los años de mayor suceso de este género, Italia vive el *miracolo economico*⁴⁴ con un sucesivo cambio de mentalidad y hábitos, el nacimiento de una nueva relación con el poder y la fe, así como también la búsqueda de nuevas formas de emancipación económica y social, ya sea en el trabajo, en la familia e incluso en el matrimonio (Silipo, 2010).

Este cine de posguerra cumple un rol significativo en la construcción y difusión en Italia y en el mundo del estereotipo del típico italiano. Para la crítica del espectáculo, los actores más emblemáticos de la *commedia all'italiana* son Alberto Sordi y Antonio De Curtis, más conocido como Totò, magistrales intérpretes en los años cincuenta de los vicios y mezquindades de los italianos, que en la década del setenta se convierten en el epítome del italiano promedio. En diferentes largometrajes en los que Sordi ha participado se reflejan características de la perenne italianidad. A modo de ejemplo, en *I vitelloni*⁴⁵ (1953) Sordi retrata a un *mammone*, joven indolente y desocupado que vive con su madre y su hermana. Asimismo, en *Lo scapolo*⁴⁶ (1955) personifica a un *latin lover* que, si bien se enorgullece de sus innumerables conquistas, cede al deseo materno de casarse para formar una familia. Además de la imagen cristalizada de «hijo consentido de la madre» y «casanova», Sordi interpreta al político oportunista y farsante en el texto *L'arte di arrangiarsi*⁴⁷ (1954). De esta manera, mientras en el exterior se difunde el estereotipo de Italia como el país de la *dolce vita* debido al *boom* económico, la degradación moral y la mediocridad de una sociedad dominada por el materialismo son retractadas primero en *I mostri*⁴⁸ (1963) y luego en *I nuovi mostri*⁴⁹ (1977). En estos filmes se expone irónica y satíricamente al espectador el *ethos* del italiano perspicaz a través de breves episodios en

⁴⁴ Una consecuencia importante de este boom económico fue el movimiento migratorio de los años sesenta y setenta, durante el cual se calcula que alrededor de más de nueve millones de personas migraron interregionalmente, y en el lapso de tiempo comprendido entre 1960 y 1963 el flujo migratorio del sur hacia el norte alcanzó un total de 800.000 personas por año. La riqueza se concentró en el triángulo industrial conformado por Milán, Turín y Génova, ciudades que duplicaron en pocos años su producción activa (Rausa, 2012).

⁴⁵ En español, *Los inútiles*.

⁴⁶ En español, *El soltero*.

⁴⁷ En español, *El arte de apañarse*.

⁴⁸ En español, *Los monstruos*. Si bien Alberto Sordi no participó en este filme, fue interpretado por Vittorio Gassman y Ugo Tognazzi, actores igualmente emblemáticos de la *commedia all'italiana*.

⁴⁹ En español, *Los nuevos monstruos*.

los que se muestran estereotipos regionales: el siciliano celoso obsesionado por el terror de ser deshonrado por su mujer, el empresario rico y avaro del valle del río Po que explota a sus empleados, como así también la delincuencia, el pasotismo, la pobreza, la inmundicia, la mafia y la ley del silencio meridionales (Patriarca, 2010). Con respecto a los textos cinematográficos interpretados por Totò, en la película *Miseria e nobiltà*⁵⁰ (1954) encarna el estereotipo del napoletano «pícaro y pobre» que se esconde en la casa de la vecina para evitar ser visto por el dueño de casa que pretende cobrarle el alquiler. En *Totò, Peppino e la... malafemmina*⁵¹ (1956) representa, junto a Peppino De Filippo, la imagen estigmatizada del meridional campesino, de escasa cultura, dadivoso y mujeriego. En otra de sus películas, *Le gambe d'oro*⁵² (1958) el efecto cómico es logrado a través de una serie de estereotipos culturales italianos invertidos: Totò personifica al barón Fontana, quien, pese a ser de origen meridional, degusta *risotto*⁵³ y *cotolette alla milanese*⁵⁴ y es parsimonioso y avaro, todas características adjudicadas corrientemente al estereotipo del ciudadano septentrional.

Como podemos apreciar, tanto Sordi como Totò dan vida a muchos personajes que representan al típico italiano, la mayoría de los cuales detentan atributos nefastos, diseñados con un dejo de malicia e ignominia, pero lúdicos y simpáticos, en los que el espectador, sea meridional o septentrional, está en condiciones de reconocer sus rasgos socioculturales más destacados.

4.2 La comicidad y el humor en el cine.

El humorismo -entendido como «el modo de presentar, enjuiciar o comentar la realidad, resaltando el lado cómico, risueño o ridículo de las cosas» (DRAE, 2014)- además de atenuar las situaciones de tensión y conflicto que pueden surgir del encuentro entre dos o más culturas, constituye un mecanismo a través del cual es posible criticar la sociedad con ansias de reforma, denunciando sus injusticias (Hernández Muñoz, 2008). En nuestro caso, sostenemos que el humorismo, *provocato dalla speciale attività della riflessione che non si cela*⁵⁵ (Pirandello, 1908/1993, p. 98), cumple la función de exhortar a la audiencia a repensar los estereotipos propios y ajenos para lograr deconstruir visiones superficiales. En

⁵⁰ En español, *Miseria y nobleza*.

⁵¹ En español, *Totò, Peppino y la mala mujer*.

⁵² En español, *Piernas de oro*.

⁵³ Es un plato típico italiano a base de arroz y azafrán.

⁵⁴ Es lo que en Argentina se denomina «milanesa de carne».

⁵⁵ “Provocado por la especial actividad de la reflexión que no se oculta” (La traducción es de la autora).

los textos audiovisuales seleccionados, estimamos que el humorismo y la comicidad se entremezclan en un tipo de humor étnico «en el que la gracia reside en los comportamientos percibidos, en las costumbres, personalidades, o algún otro rasgo típico del grupo o sus miembros, en virtud de su identidad sociocultural específica» (Apte, 1985, citado en Visani, 2005, p. 1). Dicha clase de humor está marcada por el conocimiento (y violación) de una regla conformada por saberes del contexto social y cultural (Eco, 1987). Es decir, el humor así entendido aprueba las características socioculturales del endogrupo, alentando una fuerte identidad étnica y defendiendo su autoimagen positiva. A su vez, desaprueba -por medio de la ridiculez, la torpeza, la incongruencia y lo absurdo- a los individuos del exogrupo que no confirman las normas sociales existentes en su entorno. De esta manera, las bufonadas para con los integrantes de otros grupos culturales preservan las distinciones étnicas propias de la identidad en situaciones de interacción cultural. De hecho, en *La fame e la sete* observaremos a un empresario que azuza a sus perros contra uno de sus empleados extracomunitarios, pues en lugar de estar realizando su trabajo como el resto de los obreros, se ha retirado a fumar un cigarrillo.

4.3 Los estereotipos en el cine de comedia.

Los productos audiovisuales pertenecen a diferentes géneros que respetan -dejando de lado las licencias que cada director pueda tomarse- determinadas convenciones formales y narrativas en las que convergen diferentes ámbitos, como la estructura formal, los intereses de programación y las expectativas del público. Al respecto, Jameson, (1994, citado en Altman, 2000), sostiene que:

Las películas forman parte de un género igual que las personas pertenecen a una familia o grupo étnico. Basta con nombrar uno de los grandes géneros clásicos -el *western*, la comedia, el musical, el género bélico, las películas de gánsters, la ciencia-ficción, el terror- y hasta el espectador más ocasional demostrará tener una imagen mental de éste, mitad visual mitad conceptual (p. 33).

Altman (2000) afirma que, si bien los géneros cinematográficos no responden a una estructura estática, sí obedecen a ciclos de creación,⁵⁶ razón por la cual respetan una serie de patrones que coinciden con las configuraciones mentales que se suponen estandarizadas

⁵⁶ Esta particularidad se corresponde con la dimensión politética que poseen los géneros cinematográficos. Es decir, para clasificar un filme como drama o comedia no es condición *sine qua non* que los mismos reúnan todas las características que comprenden dichos géneros, sin embargo es necesario que mantengan una cierta homogeneidad.

en la mente del espectador, lo cual le permite hacer lecturas y previsiones antes del visionado. Esto es, si el auditorio se predispone a ver una comedia, puede suponer que el relato de los episodios de la vida cotidiana será en clave de humor y optimismo, ya que los conflictos provocarán situaciones risibles y absurdas que finalmente se resolverán de manera feliz.

Asimismo, la cinematografía consiente a los espectadores observar y reflexionar acerca de los estereotipos que constituyen los imaginarios sociohistóricos a través del tiempo y que permanecen incólumes en su memoria. Precisamente, las películas que pertenecen al género de la comedia se basan habitualmente en estereotipos e incluso los utilizan con el fin de parodiar sobre ellos mismos. Con respecto a este concepto, Christian Metz (2002) afirma que en el cine narrativo se esconde un enunciado, un discurso inscripto en la ideología del que narra. En el cine cómico italiano -donde la mayoría de las veces la estructura narrativa es débil y la historia un pretexto para la puesta en escena de *gags*- es más evidente que en otros géneros cinematográficos, puesto que los personajes -para ser reconocidos (y apropiados) por el receptor- deben poder ser identificados e interpretados de acuerdo con pautas vigentes en la cultura. En las comedias, esta clase de personajes son denominados «unidimensionales» o «personajes tipo» (Seger, 2000); son arquetipos que reproducen peculiaridades representativas de los seres humanos de manera generalizada. En nuestro estudio, por ejemplo, podremos advertir que los personajes encarnan vicios y virtudes que hacen a su diferencialidad. Así encontramos al rico y al pobre, al estafador y al honesto, al avaro y al generoso, entre otros. Los directores y los guionistas construyen estos personajes a través de la caracterización, vale decir, la suma de sus cualidades físicas, psíquicas y morales.

En los textos cinematográficos de humor, los estereotipos caricaturizados cumplen la función de activar el conocimiento previo de la audiencia, que reconoce con inmediatez la previsibilidad o imprevisibilidad de las acciones de los protagonistas. De este modo, la contradicción o reafirmación de los estereotipos es lo que provoca gracia y risas en el auditorio. A modo de ilustrar lo expuesto, más adelante podremos apreciar la manera en la que uno de los protagonistas de *Benvenuti al Sud* contradice el estereotipo del italiano septentrional, respetuoso y cumplidor de las ordenanzas viales, cuando decide acompañar a uno de sus empleados a repartir el correo en motocicleta, aunque esté prohibido circular de a dos en ese medio de transporte. Asimismo, en escenas sucesivas, se reconfirma el estereotipo de la gentileza napolitana cuando los dueños de casa les ofrecen diferentes

aperitivos, razón por la cual jefe y dependiente culminan la jornada laboral en estado de ebriedad.

El uso de los estereotipos en el cine, en palabras de Metz, es «la presentación de una imagen deliberadamente falseada de la realidad» (1981, p. 211). Es decir, se ofrece al público una representación parcialmente real y extremadamente simplificada de un determinado grupo social para que el espectador identifique claramente el entorno cultural al que pertenecen dichos personajes.

Si bien el uso de estereotipos comportaría el riesgo de creación y consolidación de prejuicios y conductas discriminatorias hacia el exogrupo, a su vez conllevaría el beneficio de deconstruirlos mediante recursos como la ridiculización y la absurdidad. Por este motivo, «para que la estética de la identidad no pierda su naturaleza como medio de conocimiento y de información, de creación de un modelo determinado del mundo, debe conjugar los *clichés* inquebrantables de los conceptos con la verdad del material vivo que se ajusta a estos conceptos» (Lotman, 1970/1978, p. 351).

En consecuencia, el cine se transforma en vehiculizador de normas y valores sociales junto con los estereotipos. Estos últimos constituyen precisamente uno de los contenidos expresivos básicos de su lenguaje, pues responde al requerimiento del público del cine comercial, que persigue efectos estéticos inmediatamente accesibles y códigos sencillos de comunicación ampliamente identificables. De este modo, ofreciendo a los espectadores modos de expresión reconocibles y asimilables, el texto audiovisual humorístico no solo atrae y entretiene a grandes masas, sino que puede influir en la creación, mantenimiento o desnaturalización de estereotipos. La cinematografía puede interpretarse entonces como «un espejo donde se refleja la cultura de un país y la matriz en la que aquella se forma y se transforma» (Pérez Serrano, 1984, p. 15).

Capítulo II

METODOLOGÍA

1. Tipo y diseño de investigación

Considerando los enfoques metodológicos de investigación científica, el presente estudio se enmarca dentro del tipo de investigación cualitativa, dado que su fin inmediato consiste en individualizar y detallar aspectos complejos inherentes al fenómeno de la estereotipia en películas de corte humorístico.

De igual modo, dada la naturaleza de los objetivos planteados, podemos afirmar que se trata de una investigación de tipo descriptivo, puesto que examinamos, analizamos y describimos el modo en el que los estereotipos socioculturales italianos se constituyen, se manifiestan y se relacionan con las categorías teóricas. Asimismo, creemos conveniente explicitar que, según el proceso formal, este estudio sigue el método inductivo, ya que mediante observaciones sistemáticas analizamos en tres textos el empleo de los estereotipos en el cine comercial a fines de extraer conclusiones generales que describan dicho fenómeno.

De acuerdo con la perspectiva cronológica, nuestra investigación responde a una estructura diacrónica, pues los textos del corpus pertenecen a tres décadas diferentes en virtud de que -como se dijo anteriormente- es nuestra intención verificar si en las comedias italianas seleccionadas, la estereotipia referida a la identidad de los italianos septentrionales y meridionales se ha mantenido, se ha modificado o, por el contrario, se ha desnaturalizado en el lapso de veintiséis años.

Con respecto al diseño del presente estudio, indicamos que es de tipo no experimental, por cuanto nos circunscribimos a la observación de los estereotipos socioculturales tal y como se presentan en tres comedias italianas, para luego realizar una descripción circunstanciada de los mismos.

A continuación, y partiendo de un análisis de contenido del texto audiovisual y de su proceso creativo, explicamos el método adoptado para el análisis de los personajes y de las expresiones estereotipadas que se presentan en las películas seleccionadas.

2. Muestra y proceso de análisis

Después de realizar una revisión videográfica y bibliográfica de las comedias italianas, el corpus de este estudio quedó conformado por las películas *Così parlò Bellavista* (1984),

La fame e la sete (1999) y *Benvenuti al Sud* (2010). El método de recopilación de las mismas no responde a un carácter aleatorio, puesto que su criterio de selección obedece al hecho de que comparten el género,⁵⁷ la trama⁵⁸ y han sido ambientadas, producidas, dirigidas y actuadas por italianos.

En la construcción de la diégesis y en el análisis de un texto fílmico, la centralidad de los personajes constituye un aspecto cardinal, puesto que el relato se construye a través de la narración de acontecimientos, en los cuales la presencia de aquellos es esencial. En consonancia con lo expresado, Diez Puertas afirma: «no hay relato sin personaje» (2009, p. 169). Es precisamente por este motivo que, basándonos en métodos adoptados en estudios previos acerca del empleo de los estereotipos en el proceso de caracterización de personajes audiovisuales (Egri, 1946; Seger, 2000; Galán Fajardo, 2006) extrajimos algunas de las clasificaciones adaptándolas a nuestros propósitos. En consecuencia, elaboramos un procedimiento metódico *ad hoc* con el objetivo de sistematizar las fisonomías, alocuciones y acciones de los personajes, convirtiéndolas en datos analizables según técnicas fundamentadas en el análisis de contenido, descrito por Krippendorf (1990) como «el conjunto de métodos y técnicas de investigación destinados a facilitar la descripción e interpretación sistemática de los componentes semánticos y formales de todo tipo de mensaje, y la formulación de inferencias válidas acerca de los datos reunidos» (p. 11). A tal fin, diseñamos inicialmente un manual de codificación para localizar, registrar y clasificar los estereotipos socioculturales inscritos en la fisonomía, los rasgos psicológicos y sociales, como así también en los discursos de los personajes principales, secundarios y episódicos.⁵⁹ El sistema de codificación consta de tres unidades. Las unidades de muestreo están conformadas por el conjunto de los tres textos audiovisuales ya mencionados. Las unidades de registro se corresponden con los personajes principales y secundarios seleccionados para analizar la construcción del perfil físico y psicosocial de los italianos septentrionales y meridionales. En esta dimensión distinguimos y describimos 15

⁵⁷ Los tres textos audiovisuales pertenecen al género cinematográfico de la comedia, en virtud del cual los personajes principales representan exageradamente vicios y defectos humanos, con una intención moralizante.

⁵⁸ En las historias narradas, los protagonistas deben transferirse al sur o al norte de Italia por motivos laborales, por lo que se observan en dichos textos fenómenos de transculturación e hibridación por parte de los personajes migrantes, quienes deben aplicar diferentes estrategias para adaptarse al nuevo entorno sociocultural.

⁵⁹ La clasificación de un personaje como «principal» «secundario» o «episódico» se realiza conforme a pautas de estudios anteriores. En el primer caso se trata de personajes que conducen la trama narrativa, en el segundo son aquellos que ayudan a los personajes protagónicos a relatar sus historias, los complementan; mientras que el rol que cumplen los episódicos no altera la narración sino que relacionan ideas y acciones de los personajes principales (Seger, 2000).

personajes en total, 6 de ellos de origen septentrional y 9 de procedencia meridional. En cuanto a las unidades de contexto, las mismas están constituidas por el conjunto de escenas que presentan argumentos en común interpretadas por personajes principales, secundarios y episódicos. Más específicamente, con el fin de identificar las expresiones estereotipadas relacionadas con la identidad sociocultural de los italianos norteños y sureños, dividimos cada uno de los filmes en secuencias. De esta manera, desglosamos la película *Così parlò Bellavista* en 37 fragmentos, *La fame e la sete* en 54 y *Benvenuti al Sud* en 62, obteniendo un total de 153 escenas. De estas 153 escenas seleccionamos 20 en las que es posible advertir el tratamiento de tópicos compartidos (8 de las mismas pertenecen a *Così parlò Bellavista*, 6 fueron tomadas de *La fame e la sete* y las 6 restantes de *Benvenuti al Sud*) y las sistematizamos en torno a seis temáticas: 1. Los residuos (2 escenas); 2. La idiosincrasia septentrional y meridional (5 escenas); 3. La desocupación (2 escenas); 4. La mafia (3 escenas); 5. La droga (3 escenas); 6. El racismo (5 escenas). Posteriormente procedimos a transcribir los textos orales reproducidos por los personajes indicando los minutos de comienzo y finalización de las escenas durante la proyección de las películas.

Con respecto a las técnicas empleadas para esta investigación, elaboramos herramientas teórico-metodológicas originales. Se trata de tres fichas de análisis empleadas y aplicadas para la recolección y sistematización de los datos, según se observa en la figura 2.

Unidades de muestreo	Ficha 1	-Datos técnicos de identificación básicos de las películas. -Sinopsis.	Título, país en el que fue producida, año de emisión, género, dirección, guión, productor, productora, escenografía y vestuario. Resumen del contenido argumental de la obra cinematográfica.
Unidades de registro	Ficha 2	-La caracterización de los personajes a partir de su constitución tridimensional:	-Dimensión física: sexo, edad, descripción física, apariencia. -Dimensión psicológica: carácter, temperamento, cualidades, etc. -Dimensión social: clase social, educación, ocupación, religión, nacionalidad, <i>hobbies</i> , etc.
Unidades de contexto	Ficha 3	-Las expresiones estereotipadas.	Se plantean preguntas como: quién/quienes hablan, rol del que habla, qué dice, por qué lo dice, dónde, cuándo, hacia quién se dirige, con qué actitud.

Figura 2. Unidades de análisis

En primer lugar, realizamos una ficha técnica con los datos básicos de identificación de las películas que conforman la muestra. Seguidamente, con el fin de determinar los temas

desarrollados durante la evolución narrativa de las historias (tales como la familia, el trabajo, las vicisitudes familiares y laborales, la desocupación, las relaciones amorosas, las amistades, la mafia, la religiosidad, la discriminación, el arte de apañarse, las costumbres culinarias, las actividades recreativas), a cada ficha técnica anexamos un resumen detallado de la trama argumental en la que se ubican los personajes principales, secundarios y episódicos y sus conflictos privados, de relación o situacionales, de los cuales los mismos son agentes o pacientes (Ver Apéndice A). En segundo lugar, diseñamos una ficha cuya finalidad consistió en recabar datos sobre los personajes considerados modelos representativos del ciudadano italiano septentrional y meridional que aparecen en las representaciones audiovisuales. Después de varios visionados, definimos tres categorías -con sus correspondientes subcategorías- que nos permitieron la exploración de los estereotipos socioculturales relacionados con la caracterización de los sujetos narrativos, basada en aspectos físicos, psicológicos y sociológicos⁶⁰ (Ver Apéndice B). Por último, dado que el discurso refleja actitudes, valores y creencias de individuos y grupos (Berelson, 1952), nos propusimos descomponer las interlocuciones de los protagonistas en unidades que permitieran una descripción precisa de las características de su contenido. A este efecto, elaboramos una tercera ficha para recolectar las expresiones estereotipadas de escenas en las que se contextualizan los discursos de los personajes principales, secundarios y episódicos. De este modo, individualizamos los sujetos narrativos implicados en la conversación, para luego clasificar los estereotipos verbales más frecuentes y hacia quiénes van dirigidos⁶¹ (Ver Apéndice C).

En definitiva, a través del procedimiento metodológico descrito nos proponemos poner en diálogo las categorías teóricas desarrolladas en la revisión de la literatura científica acerca del estereotipo y del cine de comedia con la caracterización de los perfiles físicos e idiosincrásicos de los personajes, la cual, a su vez, es reforzada en sus expresiones verbales.

⁶⁰ Dicha clasificación se realiza conforme a los parámetros establecidos por teóricos y guionistas en la creación de personajes para medios audiovisuales, como Lajos Egri (1960), García Jiménez (1993), Diez Puertas (2009), entre otros.

⁶¹ Cabe aclarar que en el análisis las posibilidades que se brindan para responder a las cuestiones formuladas en las fichas n° 1 y n° 2 (conformadas por adjetivos) son, en la literatura consultada, rasgos identificativos de los estereotipos socioculturales.

Capítulo III

RESULTADOS

1. Consideraciones preliminares

En la primera sección del presente capítulo expondremos los datos técnicos relevantes, como así también la trama de las narraciones audiovisuales, para ofrecer un panorama acerca del escenario donde se desarrollan las acciones de los personajes y las situaciones por las cuales atraviesan. En el segundo apartado presentaremos uno por uno los personajes considerados como modelos representativos de Italia septentrional y meridional, para describir en detalle su constitución (aspecto físico y psicosocial) e interpretar así las caracterizaciones estereotipadas empleadas por el cine comercial de comedia al construir o diferenciar personajes norteños y sureños. Asimismo, indicaremos gráficamente las relaciones familiares entre los sujetos narrativos. En la tercera sección de este capítulo desglosaremos fragmentos tomados de los tres textos fílmicos en los que se reflejan expresiones sobre la identidad idiosincrásica de los italianos septentrionales y meridionales, a fin de determinar y describir cuáles son las expresiones orales estereotipadas correspondientes a cada una de estas esferas culturales.

2. Datos técnicos y tramas de los textos fílmicos

2.1 *Così parlò Bellavista.*

2.1.1 Ficha técnica.

Título	Così parlò Bellavista
País	Italia
Año	1984
Duración	105 minutos
Género	Comedia – Drama
Dirección	Luciano De Crescenzo
Guión	Riccardo Pazzaglia, Luciano De Crescenzo
Productor	Mario Orfini, Emilio Bolles
Estudio	Eidoscope Production, Retequattro
Escenografía	Franco Vanorio
Vestuario	Marcella De Marchis



2.1.2 Sinopsis.

El argumento de la película ha sido extraído de la novela homónima y *opera prima* de Luciano De Crescenzo, escrita en el año 1977. La historia narrada en el filme retrata la vida de Gennaro Bellavista, quien lleva una vida parsimoniosa y feliz en Nápoles, junto a su esposa María y su hija Patricia. Bellavista es un extravagante profesor de filosofía jubilado que en su tiempo libre disfruta de impartir clases a sus humildes pero confiables amigos-discentes: Salvatore (el vice-suplente encargado del edificio), Saverio (dedicado a la limpieza urbana) y Luigino (el poeta). Durante estos encuentros, Bellavista expone sus teorías focalizadas en la bipartición de los seres humanos: entre aquellas personas que tienden al amor (los napolitanos) y otras que prefieren la libertad (los milaneses); entre pueblos que comulgan con el estoicismo (los milaneses) y otros que practican el epicureísmo (los napolitanos); entre aquellas personas que se aferran a su ego, prestigio y poder (los milaneses) y otras que persiguen la riqueza espiritual y el altruismo (los napolitanos). Sin embargo, la serenidad cotidiana del condominio donde vive el profesor Bellavista es alterada por la llegada de un nuevo inquilino: el doctor Cazzaniga. Se trata de un trabajador milanés a carta cabal, transferido como director de la empresa Alfasud de Nápoles. Las conductas del inquilino lombardo -quien es preciso, puntual, obediente-contrastan inmediatamente con los comportamientos enrevesados de sus vecinos partenopeos, burocráticos y desorganizados.

No obstante, el profesor Bellavista tiene otros asuntos más importantes de los cuales debe ocuparse: su hija Patricia, de 22 años, está embarazada de Giorgio, motivo por el cual ha interrumpido sus estudios universitarios. El novio es un joven arquitecto desocupado, como tantos otros profesionales napolitanos. Frente a este panorama, la pareja decide mudarse de mal grado al departamento de Bellavista. La situación parece mejorar cuando don Arturo, el tío de Giorgio, cede su actividad de venta de artículos religiosos al sobrino. No obstante, los recién casados descubren enseguida el verdadero motivo del retiro: el negocio está situado en el límite del control territorial de dos clanes camorristas, por lo que ambas organizaciones extorsionan a los jóvenes con dañar a sus familias si el pago de coimas no se efectúa. Así las cosas, Giorgio y Patricia se ven obligados a cerrar el negocio *finché si calmino le acque*,⁶² conforme al consejo de un juez conocido. Para sorpresa de todos, la solución llegará gracias al doctor Cazzaniga. Habiéndose cerciorado de que la joven pareja estaría dispuesta a mudarse al norte, a través de su cuñado consigue un puesto

⁶² “Hasta que se calmen las aguas” (La traducción es de la autora).

de trabajo para Giorgio en una empresa de construcciones en Milán. El profesor Bellavista reconoce haber prejuzgado al doctor Cazzaniga, pues descubre en él una persona de buen corazón, un «hombre de amor», según una de sus personales teorías filosóficas.

2.2 La fame e la sete.

2.2.1 Ficha técnica.

Título	La fame e la sete
País	Italia
Año	1999
Duración	94 minutos
Género	Comedia
Dirección	Antonio Albanese
Guión	Antonio Albanese, Vincenzo Cerami
Productor	Vittorio Cecchi Gori, Rita Rusic
Estudio	FIN.MA.VI
Escenografía	Francesco Frigeri
Vestuario	Beatrice Bordone

The image is a movie poster for the Italian film 'La fame e la sete'. It features three men in suits. The man on the left is balding and looking towards the camera. The man in the center is wearing glasses and a dark turtleneck. The man on the right is also wearing glasses and a brown suit. The title 'LA FAME E LA SETE' is written in large, bold, white letters at the bottom of the poster. Above the title, the name 'ANTONIO ALBANESE' is written in a smaller font. At the top of the poster, there is a small line of text: 'MARIO & VITTORIO CECCHI GORI presentano un film di'.

2.2.2 Sinopsis.

En Sicilia fallece Leonardo, el barbero del pueblo, un anciano padre de familia. Maria, la esposa del difunto y madre de los trillizos Alex, Salvatore y Pacifico, se propone reunir a la familia para la celebración de las exequias. Alex, el único hijo que vive con sus padres, es irritable y holgazán, no posee un empleo fijo, motivo por el cual realiza diferentes tareas temporales, autodefiniéndose como «un trabajador independiente». De hecho, la muerte del progenitor lo encuentra organizando una muestra fotográfica de arte moderno de estilo *kitsch* dedicada a su tierra, Sicilia. Dado que su padre cedió la casa y un terreno en herencia a *zu*⁶³ Alfio, Alex, iracundo, pretende conocer al único beneficiario del testamento. No obstante, sucumbe a su propósito cuando descubre que el heredero, el poeta del pueblo a quien su padre admiraba, es en realidad un jefe mafioso. A pedido de su madre, Alex se comunica con su hermano Salvatore, quien desde hace diez años vive en la ciudad de Lecco, en la región de Lombardía: es un empresario despiadado y absolutamente integrado a la sociedad septentrional, tanto es así que se hace llamar Ivo Perego y ha

⁶³ En siciliano, «tío», apelativo aplicado a personas ancianas.

adoptado el habla y las costumbres lombardas. Anoticiado de la muerte de su padre, emprende el viaje en auto hacia la casa paterna. Ivo acepta llevar a una estudiante cuyo auto ha tenido un desperfecto, con la condición de que lo ayude a conducir. Durante el recorrido, el devenido empresario demuestra poseer un carácter grosero y comportamientos discriminatorios hacia los meridionales y extracomunitarios que irritan a la mujer, quien decide abandonarlo en el transbordador con destino a Albania.

En tanto que en Sicilia esperan en vano la llegada de Ivo, para sorpresa de todos quien arriba es Pacifico. El tercer hermano, profesor de latín, vive en el norte de Italia, sometido al control de su mujer y sus suegros. Pacifico supo de la muerte de su padre mediante un telegrama enviado por una amiga de la adolescencia, la única persona que no se olvidó de él y con quien encuentra el verdadero amor. Detrás de una apariencia ingenua, se esconde una personalidad astuta, puesto que es el único de los hermanos que logra desentenderse de las incumbencias de una familia que, inexplicablemente, lo ha olvidado.

2.3 *Benvenuti al Sud.*

2.3.1 Ficha técnica.

Título	Benvenuti al Sud	
País	Italia	
Año	2010	
Duración	106 minutos	
Género	Comedia	
Dirección	Luca Miniero	
Guión	Massimo Gaudioso	
Productor	Chimenz, Longardi, Stabilini, Tozzi	
Estudio	Medusa Film/Sky/Cattleya	
Escenografía	Paola Comencini	
Vestuario	Sonu Mishra	

2.3.2 Sinopsis.

El filme es la *remake* de la película francesa *Bienvenue chez les Ch'tis* (2008) dirigida por Dany Boon. Alberto Colombo trabaja en una oficina de correo de la provincia de Brianza, al noroeste de Italia. Su esposa Silvia desea mudarse a Milán para satisfacer sus ambiciosas expectativas de vida, anhelando también mejores perspectivas para el futuro

universitario y profesional de su pequeño hijo Chicco. Con la intención de conseguir el traslado a la capital lombarda, Alberto delinea estratégicamente un plan: fingirse parapléjico para quedar primero en la lista de candidatos que tienen el mismo objetivo. Sin embargo, es descubierto en su ardid y, como escarmiento por su mal accionar, es transferido al sur. Antes de partir hacia su nuevo destino, Alberto se informa -a través de conocidos que residieron temporalmente en la región Campania- acerca de las problemáticas condiciones de vida. Los amigos lo alertan sobre la presencia de la mafia, la falta de políticas ambientales en la gestión de los residuos, el calor sofocante, la comida repugnante, entre otras adversidades. Todas estas advertencias no hacen más que aumentar las preocupaciones y precauciones que adopta para cuidar su integridad física. De esta manera, el nuevo responsable de la oficina de correo se traslada a un pueblito cercano a Nápoles. En Castellabate, superadas las primeras peripecias, Alberto descubre un lugar fascinante, una población hospitalaria, colegas afectuosos y un nuevo gran amigo: Mattia, un *mammone* y soltero empedernido, a quien ayudará a reconquistar el amor de Maria. Si bien Alberto se adapta al apacible estilo de vida de Castellabate, oculta la verdad a sus amigos milaneses -para quienes es un nuevo héroe- y a Silvia, puesto que es una mujer poco flexible a los cambios y llena de prejuicios hacia los meridionales. No obstante su esposa, preocupada por la calidad de vida de su marido, decide ir a visitarlo. Frente a este panorama, Alberto se encuentra en una encrucijada, debiendo confesar la verdad a sus amigos, quienes primero se enojan con él pero luego deciden ayudarlo a escondidas. Para lograr sus propósitos, organizan una puesta en escena de manera que la mujer confirme las mentiras relatadas por su marido y a su llegada encuentre un pueblo peligroso, caótico y en ruinas. Pese a ello, inevitablemente la verdad sale a la luz y Silvia, después de descubrir que las ideas que albergaba acerca del *Mezzogiorno* eran solo estereotipos, decide trasladarse a Castellabate por dos años con Chicco. La estadía en el pueblo campano se transforma en una experiencia fantástica, difícil de olvidar para la familia Colombo, confirmando la frase célebre de Mattia: *Quando un forestiero viene al sud piange due volte: quando arriva e quando parte*⁶⁴ (Chimenz, Longardi, Stabilini, Tozzi, 2010).

⁶⁴ “Cuando un extranjero viene al sur llora dos veces: cuando llega y cuando parte” (La traducción es de la autora).

3. Tramas argumentales y estereotipos

Tal como habíamos anticipado, el humor cinematográfico se funda en particularidades estereotípicas relacionadas con las diferencias significativas que simbolizan y distinguen las singularidades culturales del norte y sur de Italia.

Ante todo consideramos pertinente destacar que, si bien el trasfondo de los tópicos tratados en los tres textos humorísticos es complejo, la estructura narrativa de los relatos es simple y lineal (solo en una escena del filme *Così parlò Bellavista* el orden de los acontecimientos es interrumpido a través de la técnica del *flash-back*). En otras palabras, las historias narradas son sencillas y las tramas carecen de tensión puesto que estas, de acuerdo con los postulados del género de comedia, responden a la necesidad primordial de crear contextos aptos para escenificar bromas y ocurrencias (Metz, 2002).

A propósito, si cotejamos las tramas argumentales de los textos, observamos que las películas intentan dar testimonio de la realidad italiana y su evolución cultural (Pérez Serrano, 1984) mediante el juego de contrastes geográficos y la yuxtaposición de dos culturas distantes pero intrínsecamente relacionadas. En primer lugar, ponemos de relieve la **migración** y el consecuente **desarraigo sureño**, debido a la existencia del triángulo industrial septentrional conformado por los centros fabriles milaneses, turineses y genoveses al cual hicimos referencia anteriormente (Rausa, 2012). Este fenómeno se revela en el personaje de Ivo Perego, quien decidió marcharse de un postergado pueblito siciliano para radicarse en Lecco, con el afán de trabajar para alcanzar la prosperidad económica y los lujos ostentosos que ni su padre ni su hermano jamás lograron. En segundo lugar, notamos la **arrogante benevolencia** y **pujanza del norte**, expresadas en los personajes del Doctor Cazzaniga y Alberto Colombo. Siendo ambos lombardos, deben emigrar a pedido de las empresas para las cuales trabajan. Uno y otro ocupan puestos directivos en sucursales ubicadas en el sur de la península. En ellos se conjugan el poder de su posición social jerárquica con la rectitud de las acciones civiles. En tercer lugar, advertimos varios tópicos fijos que recrean el contexto cultural meridional, tales como la **persistencia de conflictos actuales** (algunos de ellos heredados del pasado, como por ejemplo, el tráfico caótico, la acumulación de residuos y la burocracia institucional), el **ritmo laxo** y **parsimonioso** (reflejado en el estilo de vida pacato adoptado por los camaradas del profesor Bellavista y Alberto Colombo), la **astucia para superar situaciones adversas** (pensemos en Alex, desempleado, que se las arregla inventándose el oficio de fotógrafo), el **atavismo familiar** (marcadamente simbolizado en la figura de la

madre meridional), el **sincretismo existente entre la religión, la superstición y la mafia** (recordemos la esperanza puesta en ganar dinero en juegos de azar gracias a la interpretación de los sueños o a la intervención de los santos, como así también la recaudación de dinero ilícito por parte de los cobradores en medio de las imágenes sacras), la **concepción tremendista del drama** en posición antagónica al **espíritu alegre** (aludimos al comportamiento de Bellavista, que pasa repentinamente del enojo con Cazzaniga a la complacencia) y la **confraternidad** manifestada en la preocupación empática por el Otro (revivimos la secuencia en la cual los amigos de Alberto contribuyen en la recreación de Castellabate como una ciudad a merced de la delincuencia para cubrir las expectativas estereotipadas de Silvia).

En suma, la inexistencia de tramas argumentales complejas no implica de ninguna manera que el cine de humor no realice observaciones morales y éticas sobre los conflictos expuestos que intentan recrear diferentes aspectos de la vida real. Al contrario, creemos que la comedia italiana actual -al igual que la *commedia dell'arte* y la *commedia all'italiana*, que entremezclan lo cómico con lo dramático, desdramatizando-, induce al espectador a la reflexión, a una re-construcción crítica de lo re-presentado.

4. Caracterización de los personajes

Nos parece importante recordar que la atribución de rasgos peculiares a un personaje cinematográfico se realiza a través de tres ejes: su aspecto físico, sus pensamientos y sus acciones (Egri, 1946). Ciertamente, la fisonomía de un determinado sujeto narrativo se corresponde con la del actor que lo interpreta, mientras que las características psicológicas y conductuales que permiten diferenciarlo de los otros son, en su mayor parte, diseñadas por el director, los guionistas y el mismo afán interpretativo del actor.

4.1 Personajes septentrionales.

4.1.1 *Così parlò Bellavista.*

4.1.1.1 *El doctor Cazzaniga.*

Cazzaniga es un hombre adulto, tiene alrededor de 50 años y es de origen septentrional (milanés). A juzgar por su apariencia física, podemos afirmar que es un individuo pulcro,

robusto, de mediana estatura, piel clara y ojos y cabellos oscuros. Las prendas que usa son de un estilo formal, calza mocasines y suele llevar como accesorio un maletín de cuero.

Su personalidad es más bien retraída, introvertida; es dueño de un talante conciliador y amable y de un temperamento reflexivo. Es innegable su cualidad de persona trabajadora, integérrima, culta y tradicionalista. Demuestra seguridad en sus acciones y posee una autoestima alta. Se destaca por la gran responsabilidad con la que afronta los asuntos laborales y familiares y se sorprende cuando los demás no cumplen con sus obligaciones de la misma manera. Es una persona altruista, que se preocupa y ocupa por ayudar a los desempleados. Su objetivo es colaborar con los demás y -según la opinión de otro de los personajes- ascender jerárquicamente en su trabajo.

Tal como podemos apreciar en la figura 3, Cazzaniga está casado con una alemana y tiene una hija de 23 años, Simona. Se trata de un empleado profesional, razón por la cual posee un cargo preeminente en la fábrica automovilística donde trabaja. Por tal motivo, su poder adquisitivo es alto, si bien no hace ostentación de los bienes que posee. Vive con su familia en un departamento antiguo, modesto y deteriorado, ubicado en un barrio napolitano. En su escaso tiempo libre, disfruta sin prisa de los pequeños placeres de la vida cotidiana, como desayunar en la cama mientras lee el diario. El personaje se aferra al decoro, al respeto del orden y del deber⁶⁵ por encima de cualquier otra cuestión, a la preocupación porque su familia esté a gusto y a la solidaridad para con el prójimo, siendo estos sus valores sociales destacados.

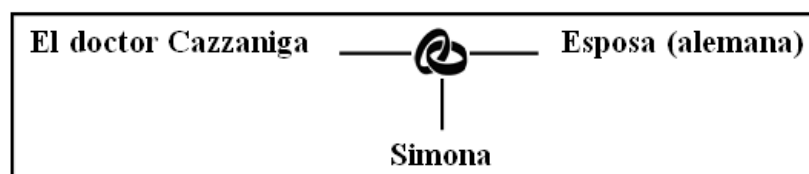


Figura 3. Esquema familiar del doctor Cazzaniga

4.1.2 *La fame e la sete.*

4.1.2.1 *Ivo Perego.*

Su verdadero nombre es Salvatore, pero lo ha cambiado por Ivo para que su nombre de pila no delate sus orígenes meridionales y, de ese modo, acceder a oportunidades sociales

⁶⁵ En efecto, ha logrado que dos de los porteros del edificio -uno se ha negado- se vistan por primera vez con el uniforme correspondiente a sus funciones, de modo tal que la persona que llegue a la propiedad pueda identificar fácilmente quién es el encargado.

en el norte de Italia. Es un hombre adulto, más bien alto y robusto, que se esmera por cuidar su aspecto físico.

Es dueño de una personalidad extrovertida; está siempre nervioso y estresado. Demuestra tener un temperamento iracundo y una actitud vital combativa. Como dijimos anteriormente, tiene comportamientos racistas y groseros, tanto es así que para dirigirse a su hermano usa los apelativos *indigeno*, *bracco*, *rottweiler*.⁶⁶ Entre sus cualidades se destaca el hecho de ser vulgar, machista, colérico y trabajador. Su autoestima es muy alta, pues se jacta de haber progresado económicamente, a diferencia de su hermano Alex y su padre. Tiene una fobia: el creer que sus empleados no realizan bien su trabajo. Precisamente, se destaca por su alto grado de hostilidad para con ellos.

Como ilustra la figura 4, Ivo está casado con Odette. Sin embargo, es un vínculo que mantiene por conveniencia, puesto que lo único que le interesa es que la mujer le cuide a sus siete perros de raza *rottweiler*. Ha decidido no tener hijos porque sostiene que estos comportan muchos gastos. Es ingeniero y su ambición de riqueza lo llevó a convertirse en un industrial, dueño de una fábrica que produce cadenas. Si bien detenta un alto poder adquisitivo, su avaricia no le permite disfrutar del dinero. Su *hobby* consiste en criar y adiestrar a los siete canes de raza que posee y que usa para amedrentar a sus obreros, en caso de que no cumplan debidamente con sus labores. El personaje se aferra al trabajo y a la riqueza, es competitivo e individualista. Vive en una casa de ambientes amplios, moderna y lujosa, ubicada en la ciudad de Lecco, al norte de Italia.

4.1.2.2 *Odette Perego.*

Es una persona adulta de aproximadamente 45 años. A juzgar por su acento, podemos afirmar que es oriunda del norte de Italia. Es de contextura física menuda y gentil, tiene cabello castaño claro, cutis blanco y ojos verdosos. Cuida mucho su aseo personal y su aspecto físico. Dado que la mayoría de las escenas interpretadas por Odette transcurren en el dormitorio, generalmente aparece vestida con lencería íntima. En la única escena ambientada en exteriores, viste un conjunto informal y elegante.

Odette está casada con Ivo, pero no tienen hijos. Es una persona educada que pertenece a una clase social medio-alta y goza de un alto poder adquisitivo. Es una mujer introvertida. De hecho, no expresa la desazón que le causa el desamor de su marido. Tiene

⁶⁶ “Indígena, alcahuete, animal” (La traducción es de la autora).

un talante sereno y conciliador, un temperamento reflexivo y una actitud vital resignada. Su baja autoestima está acentuada por el discurso descalificador de su marido. Empero, su objetivo en la vida consiste en acompañar a su esposo, siendo la sumisión su cualidad destacada.

Su pasatiempo consiste en realizar actividades recreativas y artísticas como la de restaurar la pintura de las esculturas de yeso que adornan el amplio parque de su casa. Es conciente de que Ivo no la ama y, aún así, se muestra siempre solidaria y solícita con él.

4.1.2.3 *Loretta.*

Es una joven adulta que no supera los 35 años de edad, originaria del norte de Italia. Es dueña de un cuerpo esbelto y armonioso: es alta y de contextura espigada, su pelo es rubio, corto y ondulado, el cutis pálido y sus ojos celestes. Viste de manera formal y sensual; usualmente luce *tailleurs* entallados que resaltan su figura estilizada.

Loretta es soltera, no tiene hijos. Es una mujer moderna, trabajadora y emancipada económicamente. Pertenece a un estrato social medio y tiene un poder adquisitivo moderado, dado que trabaja como secretaria en la fábrica de cadenas Perego. Es una persona instruida y habla otros idiomas. De hecho, hace las veces de intérprete cuando Ivo debe negociar las inversiones con los clientes ingleses.

Tiene una doble personalidad: es introvertida y dócil cuando se encuentra con Ivo, su jefe y amante, y es extrovertida y rebelde cuando no está sujeta a la mirada de su superior.

Es reflexiva y calculadora, tiene conductas egoístas e interesadas, pues solo se preocupa por su propio bienestar y no le interesa el daño que su relación con Ivo pueda provocarle a Odette y, menos aún, las injusticias y los vejámenes que padecen los obreros. El personaje es individualista y se aferra a su capacidad de obtener lo que desea a través de la seducción y sus dotes sensuales.

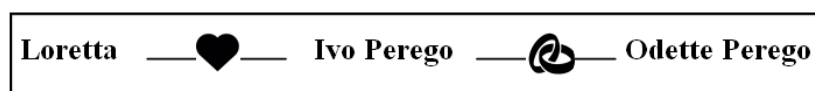


Figura 4. Esquema familiar de Ivo Perego

4.1.3 *Benvenuti al Sud.*

4.1.3.1 *Alberto Colombo.*

Alberto tiene alrededor de 50 años y es septentrional. Es calvo, alto y estilizado, tiene la tez blanca, los ojos celestes y aparenta ser una persona impecable y metódica. Viste de manera formal: luce generalmente trajes, camisas y zapatos elegantes.

Es una persona introvertida hasta que las circunstancias lo obligan a relatar aspectos de su vida privada. Representa a un individuo cordial en el trato con los demás. Es dueño de un temperamento reflexivo y de una actitud vital entusiasta. Su proceder es políticamente correcto; no obstante, posee algunas conductas racistas que no manifiesta expresamente, pero que con el tiempo desnaturaliza. Es una persona trabajadora, instruida y flexible. Se destaca por los esfuerzos que emprende para complacer los deseos de su mujer.

Alberto está casado con Silvia. De grandes fueron padres de un niño, Chicco, que tiene 8 años. Ocupa un cargo directivo en una oficina de correos de la provincia de Brianza y posteriormente es transferido por sus superiores con las mismas funciones a Castellabate, en la provincia de Salerno. Cuenta con un poder adquisitivo medio-alto. En su tiempo libre se reúne con amigos, participa de diferentes celebraciones y festividades; le gusta la pesca y escuchar música. Se aferra al trabajo y a la familia, y en el sur encuentra placer en las reuniones sociales y en la buena mesa. Su valor social destacado es la solidaridad para con el prójimo. En el norte vive en una casa sencilla y acogedora ubicada en un entorno urbano de Usmate Velate, a 36 kilómetros de la capital lombarda. En el sur, en cambio, se aloja en una casa grande, antigua, situada en un ambiente pueblerino y amueblada con objetos que responden a una mezcla de estilos.

4.1.3.2 *Silvia Colombo.*

Silvia tiene alrededor de 50 años y es de origen septentrional. Es una mujer alta y muy delgada, su piel es clara, luce una cabellera rubia y ojos celestes. Considerando su aspecto físico, aparenta ser una persona pulcra y obsesiva con el cuidado corporal. Habitualmente viste de manera sobria y formal. Silvia está casada con Alberto y tienen un hijo, Chicco, como bien podemos observar en la figura 5.

Es extrovertida, temerosa y demuestra ser celosa de su marido. Tiene un talante que, a veces, se vuelve neurótico. Es criteriosa y reflexiona excesivamente sobre cada situación, lo cual provoca que, en diferentes oportunidades, llegue a conclusiones pesimistas. Sin

embargo, mantiene una posición combativa frente a las adversidades. Tiene prejuicios y comportamientos marcadamente racistas hacia los meridionales.⁶⁷ En su rol de madre, es maniática y sobreprotectora. Tiene una autoestima alta y la obsesión de que tanto ella como su familia puedan contraer enfermedades. Su meta está relacionada con el mejoramiento de la economía familiar para brindarle a su hijo la posibilidad de estudiar en una universidad prestigiosa, convertirse en un buen profesional y, de ese modo, progresar financieramente.

Es instruida y manifiesta una cierta simpatía con los fundamentos xenófobos de la *Leggenda Nord*. Pertenece a una clase social medio-alta; aún así, sueña con aumentar sus rentas para alcanzar finalmente un estilo de vida lujoso y sofisticado. Es un personaje que se aferra a la familia y al deber. Sus valores sociales destacados son el fuerte sentimiento de pertenencia al grupo de los septentrionales y el hecho de ser individualista.

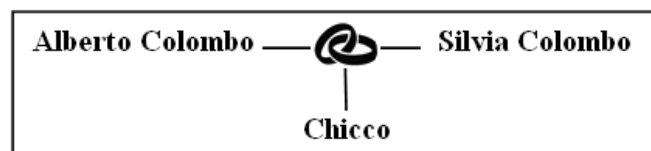


Figura 5. Esquema familiar de Alberto Colombo

4.2 Personajes meridionales.

4.2.1 *Così parlò Bellavista*.

4.2.1.1 *Gennaro Bellavista*.

Es un auténtico italiano de origen meridional, elegante y de buen porte. Tiene aproximadamente 60 años, es alto y delgado, sus cabellos son grises, su tez clara y sus ojos grandes y celestes. Es una persona cuidadosa, tanto en su higiene personal como en su aspecto físico. Viste siempre trajes y corbatas en tonalidades clásicas. Es una persona que pertenece a un estrato social medio y posee un alto nivel de instrucción, pues es un auténtico bibliófilo. Se trata de un profesional jubilado que en el pasado trabajó como profesor de filosofía. Su familia goza de un buen pasar económico, sin lujos, pero sin carencias. Disfruta reuniéndose con su grupo de allegados para conversar sobre cuestiones filosóficas que lo inquietan, como el hecho de que algunos hombres privilegian los bienes materiales sobre el amor, o el trabajo sobre el ocio. Bellavista tiene una personalidad

⁶⁷ Cuando Alberto la llama por teléfono desde la comisaría para avisarle que esa noche no viajará a Milán, ella, acongojada, le pregunta si ha sido víctima de un arrebato.

extrovertida y cautivadora. Por su erudición histórica y filosófica conquista la atención y la admiración de quienes conocen sus virtudes. Pese a las situaciones adversas por las que debe atravesar su familia, mantiene intacto su talante conciliador y amable. Es una persona rica interiormente y tiene un temperamento reflexivo y desinhibido. Su aptitud hacia la vida es optimista, si bien debe resignarse a aceptar situaciones molestas que van en desmedro de su calidad moral. Alberga prejuicios y estereotipos étnicos para con su nuevo vecino de origen septentrional, empero logra deconstruirlos. Es un ferviente defensor de las tradiciones familiares y costumbres partenopeas. Tiene una autoestima alta y demuestra permanentemente una actitud solidaria hacia los demás. Se destaca por su bonhomía y el placer que encuentra en el conocimiento y la satisfacción que experimenta al transmitirlo.

Gennaro Bellavista está casado con Maria y tienen una hija, Patrizia. Es un personaje que se aferra a la cultura, al respeto de los derechos y el deber, a los amigos y a la vida alegre y sosegada. Socialmente se destaca por el fuerte sentimiento de pertenencia al grupo de los napolitanos. Vive en un edificio modesto, de espacios amplios y ornamentados con objetos que recuerdan la devoción católica familiar.

4.2.1.2 Maria Bellavista.

Es una mujer adulta de origen meridional, de aproximadamente 55 años. Encarna a una persona aliñada, organizada y de buenos modales. Es robusta y de estatura media, tiene cutis moreno, ojos grandes y marrones y sus cabellos son cortos, enrulados y canosos. En su indumentaria privilegia las prendas de estilo formal: luce vestidos sencillos confeccionados con telas estampadas y zapatos de vestir.

Extrovertida, Maria exhibe un talante estresado y ansioso, su temperamento es intuitivo, exigente e inflexible y manifiesta un espíritu batallador. Con el fin de ayudar a su única hija a encontrar un lugar donde vivir con su novio, tiene comportamientos egoístas para con su marido. De mentalidad previsora, su meta es controlar todas las situaciones, sean problemáticas o no. Maria trabaja con afán y dedicación en los quehaceres domésticos ayudada por Rachelina, su empleada. Es una mujer severa y en ocasiones antipática, carente de gestos cariñosos hacia su familia. Tiene una autoestima alta y su valor destacado es la tenacidad y rectitud con la que afronta los percances.

Con su esposo Gennaro aparentan ser un matrimonio consolidado. Es una persona educada, que pertenece a la clase social media de la sociedad napolitana. En los momentos de *relax*, disfruta conversando con los demás inquilinos acerca de cuestiones familiares. Es

un personaje que profesa la religión católica y se aferra al trabajo cotidiano que demandan el hogar y la familia.

4.2.1.3 *Giorgio Loffredo.*

Giorgio es un joven adulto: su edad ronda los 28 años y descende de una familia de origen napolitano. Es alto y grácil, de tez pálida, cabello rubio y ojos celestes, y se mueve con garbo. Es una persona acicalada y apuesta, elegante en el vestir.

El joven está comprometido con Patricia y esperan su primer hijo. En la universidad estudió arquitectura, aunque no ha conseguido ningún empleo que le permita ejercer su profesión. Su poder adquisitivo es austero, pues vive en la casa de sus suegros y con la escasa ganancia que obtiene en el negocio de artículos religiosos debe pagar las extorsiones exigidas por los jefes mafiosos.

Es un muchacho extrovertido que, ante las desavenencias laborales, solicita consejos a Bellavista acerca del modo de proceder con los camorristas. Su talante es nervioso y angustiado a causa de las coimas mensuales que le exigen pagar los recaudadores de dinero ilícito. Su actitud de vida está sujeta a vacilaciones, pues en ocasiones se muestra desesperanzado (desde que terminó sus estudios universitarios presentó 135 pedidos de trabajo, sin obtener resultados positivos) y en otras emprendedor (pues cuando se le presenta la oportunidad de trabajar en la santería del tío, la acepta con entusiasmo). Es una persona culta y honesta que desea trabajar para poder brindarle a su mujer un futuro venturoso, siendo su valor destacado el empeño que demuestra para progresar y alcanzar sus metas. El personaje se aferra al trabajo, al respeto del deber y a la nueva familia que conformó.



Figura 6. Esquema familiar de Gennaro Bellavista

4.2.2 *La fame e la sete.*

4.2.2.1 *Alex Drastico.*

Es siciliano y su edad ronda los 45 años. El apellido del personaje alude irónicamente a su carácter quisquilloso. Es de contextura física robusta y de altura regular. Su cutis es

claro, tiene escasos cabellos castaños y ojos marrones. Ateniéndonos a su aspecto, aparenta ser una persona pulcra, aunque desorganizada. Habitualmente viste de manera informal.

Alex es extrovertido, nervioso e impaciente. Es dueño de un temperamento que en ciertas circunstancias es prudente y en otras insensato. Manifiesta comportamientos ofensivos, engreídos y violentos para con su entorno, excepto con *zu Alfio* (a quien teme por ser el jefe mafioso del pueblo) y con Pacifico (su hermano olvidado, por quien siente un afecto genuino). Alex es el hijo consentido de su madre y, a su vez, él es solícito y complaciente con ella. No le agrada trabajar y nunca tuvo un empleo fijo; no obstante, se autodefine eufemísticamente como un «profesional independiente» porque se jacta de ser un artista, cuando en verdad es un fanfarrón improvisado. Su autoestima es muy alta y se destaca por el valor que le concede a la comodidad y a la vida placentera. Disfruta de tomar café, *limoncello* y comer masas dulces como los *cannoli*.⁶⁸ Justamente, el único complejo que tiene es su sobrepeso. Convertirse en un artista fotográfico reconocido constituye su meta, aunque carece de método y de talento para lograrlo.

Alex es soltero, no tiene hijos (alude al respecto que ser padre es trabajoso) ni tampoco una relación amorosa. Pertenece a una familia de clase media y su actividad como aficionado de la fotografía es de tipo precario. Su poder adquisitivo es medio, puesto que no tiene una ocupación rentable y depende económicamente de sus progenitores. Es un personaje que se aferra a la familia y al buen comer. Su valor social destacado es la solidaridad y la empatía que demuestra hacia Maria, que ha enviudado. Vive con su madre y otros integrantes de la familia política. La casa donde reside es una construcción de dos pisos con terraza, muy espaciosa y acogedora, situada en un espacio provinciano y monótono. Con respecto a la religión, tanto Alex como su familia acatan la doctrina de la iglesia católica.

4.2.2.2 *Maria.*

Se trata de una mujer adulta de aproximadamente 65 años. Originaria de Sicilia, tiene un físico orondo, una estatura más bien baja, cabello gris y ojos grandes y marrones. Su aspecto se corresponde con el de una persona sencilla y ordenada. Viste de manera formal cuando debe e informal cuando puede, mas luce siempre vestidos, cancanes y zapatos oscuros.

⁶⁸ Es un dulce típico siciliano, consiste en una masa frita y rellena con crema de ricota saborizada y mezclada con pepitas de chocolate y cerezas.

Maria es viuda. Con su esposo Leonardo tuvo tres hijos gemelos: Alex, Salvatore (Ivo) y Pacifico. Es ama de casa, pertenece a la clase media y detenta un discreto poder adquisitivo.

Se presenta como una persona de carácter extrovertido y autoritario, pues detrás de su rostro inocente y sonrisa maternal se esconde un temperamento dominante. Su talante es sereno y conciliador, es reflexiva y analítica, demuestra una actitud vital aguerrida y optimista, a pesar de las difíciles eventualidades que debe afrontar: el fallecimiento de su esposo, la herencia de los escasos bienes materiales de la familia a favor *zu* Alfio, un hijo lejos (en realidad son dos los hijos que no viven en Sicilia -Ivo y Pacifico- si bien, tanto ella como el resto de los parientes, misteriosamente, se han olvidado de este último). Maria exhibe comportamientos megalómanos cuando muestra a Alex su permanente disconformidad en la elección de los objetos necesarios para las honras fúnebres, pues pretende que estas sean pomposas. Es una madre cariñosa y condescendiente pero al mismo tiempo exigente, abocada a su familia y a las tareas hogareñas. Manifiesta un alta autoestima y su valor sobresaliente es la capacidad de evadir la realidad, haciendo lecturas propias y positivas de situaciones desfavorables.

El personaje se aferra a la familia, profesa la religión católica y se destaca por su capacidad de persuasión y su tono conciliador frente a conflictos y desacuerdos. Vive en una casa amplia, de dos pisos, ubicada en un árido pueblito siciliano.

4.2.2.3 Rosa.

El personaje representa a una mujer de origen meridional cuya edad ronda los 30 años. Es alta, delgada y tiene una silueta curvilínea. Su piel es morena, sus ojos son grandes y marrones y su cabello largo y castaño. Generalmente viste atuendos informales en tonalidades grises o negras.

Es una persona extrovertida, tiene un talante alegre y amable y un temperamento sanguíneo. Es atenta, cálida y sensible. Adopta una actitud vital positiva y demuestra comportamientos altruistas y solidarios para con su tía Maria, acompañándola en todo momento y colaborando desinteresadamente con ella en las diferentes situaciones que la muerte de Leonardo trae aparejadas. Es una mujer tradicionalista y sumisa.

Tal como se observa en la figura 7, Rosa es casada y tiene tres hijos varones: Tonino, Mannino y Massimino. Es una persona educada, pertenece a la clase media y su poder adquisitivo es moderado. Si bien no se especifica en ningún momento del relato, aparenta

ser una joven que no ha realizado estudios universitarios, motivo por el cual se ocupa con esfuerzo de las tareas que implican la organización del hogar y la crianza de los hijos. Se destaca por su empatía y su buen ánimo. Con su marido e hijos vive en la casa de Maria junto a su primo Alex en un pequeño pueblo de Sicilia.

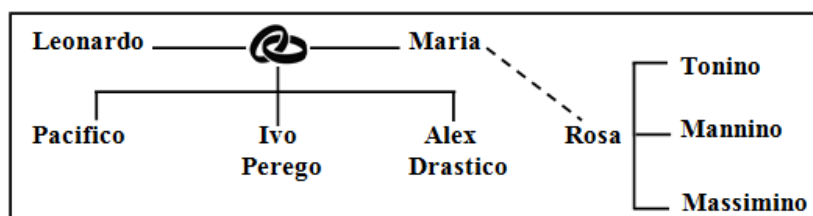


Figura 7. Esquema familiar de Alex Drastico

4.2.3 *Benvenuti al Sud.*

4.2.3.1 *Mattia Volpe.*

El personaje nació en Salerno y tiene aproximadamente 30 años. Su apariencia es la de una persona descontracturada en el andar y desgarrada en el vestir. Tiene un cuerpo ágil, esbelto y magro, es más bien alto, su cabello es castaño, tiene cutis blanco y los ojos pequeños y claros. Viste siempre de manera informal.

Al comienzo de la historia, Mattia es soltero y no tiene hijos. De todos modos, como refleja la figura 8, el relato tiene un desenlace feliz, pues recompone su vínculo con Maria y será papá primerizo. Pertenece a una familia de clase media y su poder adquisitivo es regular. Es un trabajador no profesional que ha desistido de seguir estudios de nivel superior.

Mattia es una persona extrovertida, si bien demuestra cierta dificultad para verbalizar estados afectivos. Su talante es sereno cuando comienza el día y estresado cuando concluye la jornada laboral, pues, según sus propias palabras: *il nervosismo deriva dal caffè ... ogni volta che vado a portare la posta mi offrono il caffè, arriva la fine serata che mi sento impazzire.*⁶⁹ No obstante, más allá de los efectos estimulantes de esta bebida, su temperamento es irritable, pues demuestra reacciones impulsivas y comportamientos petulantes. Pese a que su perfil psicológico presenta cierta inestabilidad emocional, mantiene una actitud vital optimista y entusiasmada, especialmente a partir del momento en el que recomienza una nueva vida junto a Maria.

⁶⁹ “El nerviosismo deriva del café... cada vez que voy a repartir el correo me ofrecen café, llega el final del día y siento que enloquezco” (La traducción es de la autora).

Mattia es un muchacho trabajador y tradicionalista, motivo por el cual ha decidido continuar realizando el oficio del padre, quien era un experto en el armado de fuegos artificiales. Se destaca por la necesidad de evadir la realidad presente. Su objetivo es el altruismo, por consiguiente demuestra una preocupación constante por satisfacer las necesidades de su entorno. Su pasatiempo consiste en pescar y preparar espectáculos de fuegos pirotécnicos. El personaje se aferra a la madre, los amigos y la vida tranquila. Vive en una casa modesta y antigua, en un pueblito costero. Se destaca por la fuerte pertenencia al grupo de los meridionales y por la solidaridad para con sus amigos, entre ellos, Alberto.

4.2.3.2 *La signora Volpe.*

La madre de Mattia es una señora adulta, de aproximadamente 65 años. Es originaria del sur de Italia y aparenta ser una persona aseada y ordenada, aunque no de manera obsesiva. Fisonómicamente exhibe un exceso de su peso corporal estándar en relación con su estatura, que es más bien baja. Tiene cabellos castaños y canosos, tez morena y grandes ojos verdes. Viste prendas sencillas y humildes adecuadas a su edad.

Tiene una personalidad extrovertida y un talante sereno, su temperamento es muy intuitivo y perceptivo, pues, si bien con su único hijo no conversan acerca de cuestiones íntimas, con solo una mirada sabe de antemano los sentimientos de Mattia. El personaje demuestra una actitud vital optimista y comportamientos generosos y solidarios. Tiene una autoestima alta y la obsesión de que Mattia se nutra correctamente y goce de buena salud. Es además un ama de casa muy aplicada, dedicada por completo a las actividades domésticas. Su personaje sobresale por sus rasgos sobreprotectores y condescendientes para con su hijo.

La señora Volpe es viuda. Pertenece a un estrato social medio y no posee estudios superiores. Su poder adquisitivo es más bien limitado, por lo que lleva una vida austera. Es un personaje que claramente se aferra a su hijo y a la buena mesa. Su valor social destacado es la fuerte pertenencia al grupo de los meridionales y la solidaridad hacia el otro. Su casa es modesta pero acogedora, construida sobre la colina de un pueblo pequeño circundado por el mar.

4.2.3.3 Maria.

El personaje representa a una joven meridional cuya edad ronda los 30 años, soltera y sin hijos. Es alta y estilizada, tiene una figura armoniosa y delicada, de cutis claro, cabello castaño y grandes ojos marrones. Su apariencia se corresponde con la de una persona sencilla, acicalada y risueña. Viste prendas de estilo informal.

Maria es una joven alegre y extrovertida que, a diferencia de Mattia, su futuro esposo, no tiene dificultad para manifestar francamente sus pensamientos y sentimientos. Es una persona conciliadora, amable, serena. Su naturaleza temperamental es reflexiva y a la vez sensible. Demuestra tener una actitud vital muy positiva, pues su juventud y fortaleza mental la califican para convertirse en una mujer moderna, emancipada y emprendedora, en condiciones de luchar para convertir en realidad sus sueños. Tiene una autoestima alta y su complejo es haber sido abandonada por Mattia luego de un año de relación. Sin embargo, superadas las dificultades que impedían una relación madura y estable con Mattia, esperan con entusiasmo la llegada del primogénito. Se destaca por ser una mujer decidida, trabajadora e independiente. Pese a que no lo afirma expresamente, podemos inferir que su meta en la vida es formar una familia, objetivo que alcanza y se plasma en el final feliz de la historia.

Pertenece a la clase media y trabaja como secretaria en la oficina de correos de Castellabate. Es una mujer instruida, de buenos modales que disfruta de las reuniones sociales. Su personaje se aferra a los compañeros, al trabajo, a la vida alegre y a la buena mesa. Sobresale por su carácter altruista y pacificador. Vive en una serena localidad costera del Cilento, en la región Campania, al sur de Italia.

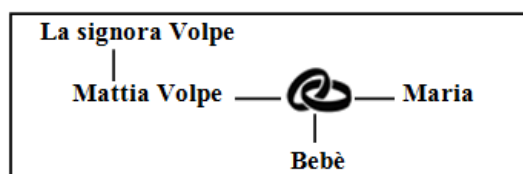


Figura 8. Esquema familiar de Mattia Volpe

5. Personajes y estereotipos

Como hemos podido apreciar, las diferencias entre el norte y sur de Italia son puestas de manifiesto no solo en la trama de los textos, sino además en los rasgos tridimensionales estereotipados empleados en la construcción de los sujetos narrativos.

En nuestro rol de espectadores -no necesariamente avezados-, reconocemos de antemano ciertos caracteres que conformarán el perfil psicosocial de los personajes por el solo hecho de estar inscritos en un género concreto; en nuestro caso, la comedia (Jameson, 1994). Ahora bien, si crear estereotipos es una forma de categorizar el mundo (Lippman, 1922; Allport, 1954) en el cine tal categorización es imperiosa, considerando el tiempo del que dispone el público (no suele superar la hora y media) para diferenciar a los personajes y otorgarles rasgos caracterizantes (Galán Fajardo, 2006). De este modo, las creaciones estereotipadas son representaciones muy llanas e intencionalmente falseadas de la realidad -por ser en parte verdad, en parte falaz- (Metz, 1981) a fin de que el espectador identifique fácilmente el contexto sociocultural de los personajes.

De esta manera, a través de la presentación de distintos personajes, la cinematografía retrata el estado de una comunidad en una época determinada y sus diversos grupos sociales. De aquí que, desde el inicio de las tres narraciones audiovisuales, es posible identificar al «personaje tipo» (Seger, 2000) que encarna al sujeto trabajador, recto e intachable (Cazzaniga), al individuo racista, despiadado y egoísta (Ivo), al milanés ambicioso (Alberto), al sabio (Bellavista); al ocioso, desocupado y consentido de la madre (Alex), al joven inmaduro (Mattia), a la eterna enamorada no siempre correspondida (Maria y Odette), a la inescrupulosa mujer fatal (Loretta), a la madre incondicional, autoritaria y estrictamente católica (Maria Bellavista y Maria madre de Alex e Ivo), a la ama de casa tierna y humilde (Rosa) y a la nerviosa e hipocondríaca (Silvia), por tratarse de personajes cuyos comportamientos, actitudes y reacciones a estímulos dispares resultan, en cierta manera, previsibles por lo lineal.

Justamente, si consideramos la caracterización física de los **personajes masculinos septentrionales** (Cazzaniga, Ivo, Alberto) estos son representados por lo general como personas más bien altas (menos el doctor Cazzaniga) y robustas y lucen un aspecto lozano, saludable. Su tez es blanca, sus ojos claros o marrones y son hombres que presentan una calvicie avanzada. De presencia atildada e impecable, visten elegantes atuendos formales y se muestran extremadamente metódicos y ordenados. Los actores interpretan a seres introvertidos, reservados, recatados, de talante estresado y nervioso, con un temperamento reflexivo y una actitud vital oscilante, según las circunstancias, entre combativa y resignada. En su accionar percibimos conductas pendencieras, racistas y egoístas hacia los

meridionales, extranjeros y extracomunitarios,⁷⁰ a excepción de Cazzaniga, quien siempre se demuestra solidario para con el prójimo.

Entre sus cualidades encontramos que son sujetos laboriosos, cultos y ávidos defensores de las tradiciones, salvo Ivo, quien, como ya hemos indicado, reniega de sus orígenes sureños y abraza, adrede, costumbres ambrosianas. Los personajes en cuestión están casados y mantienen una relación armoniosa con sus esposas. Cazzaniga y Alberto tienen solamente un hijo, mientras que Ivo ha decidido no ser padre porque tal condición le comportaría gastos materiales. En este aspecto se plasma el estereotipo del italiano septentrional que, en la construcción de su proyecto de vida, opta por tener pocos hijos, priorizando la realización profesional, el progreso económico o la concreción de deseos materiales.

Se trata de personas instruidas que pertenecen a un estrato social medio-alto. Ocupan cargos directivos en sus respectivas tareas y detentan un alto poder adquisitivo. Al estar abocados por completo al trabajo, no disponen de tiempo libre para dedicar a actividades recreativas. Sin embargo, cuando los compromisos lo permiten, disfrutan de simples placeres cotidianos, ya sean hogareños -como desayunar en la cama, tomar un baño relajante en la bañera con hidromasaje- o sociales -como ir de pesca o reunirse con amigos para disfrutar los delicados sabores de los platos *gourmet*-. Los personajes se aferran a la familia, al dinero, al respeto del deber; en suma, los valores burgueses. Tanto es así que abordan los asuntos laborales con suma responsabilidad y se extrañan cuando advierten que los meridionales no proceden del mismo modo. Los criterios que rigen su comportamiento social son el fuerte sentimiento de pertenencia al grupo de los septentrionales, la tendencia al individualismo y, por paradójico que parezca, al altruismo (particularmente en el caso de Cazzaniga y Alberto). Pese a que en sus viviendas -todas situadas en contextos urbanos- es posible identificar objetos sacros del catolicismo, en ningún momento estos personajes hacen referencia de manera explícita a la religión, salvo

⁷⁰ Basta con leer el periódico, las cartas al lector, los comentarios xenófobos de los usuarios de los medios de información *online* -en términos de Bar-Tal (1994), «los mecanismos de transmisión de los estereotipos»- o acaso consultar *La carta di Roma* (2008) referida al tratamiento deontológico de la información en la prensa escrita y audiovisual hacia refugiados, migrantes y víctimas de trata, para constatar que el estereotipo del italiano (septentrional) racista tiene su núcleo de verdad (Fishman, 1956). Recordamos, además, los principales postulados discriminatorios de la *Lega Nord* en contra de sus compatriotas meridionales a los cuales nos referimos anteriormente. Frente a esta situación, debemos acotar que el Gobierno italiano realiza denodados esfuerzos para adoptar medidas que prevengan y enjuicien la violencia racista y xenófoba que caracteriza y divide a la sociedad italiana.

el doctor Cazzaniga, quien manifiesta que, para celebrar el natalicio del Niño Jesús, prefiere el armado del pesebre al árbol de navidad.

Durante el análisis de los **personajes masculinos meridionales** (Bellavista, Giorgio, Alex, Mattia), advertimos que no todos ellos responden a los patrones físicos del típico hombre meridional. Efectivamente, los dos primeros son altos, delgados, de estampa impecable y elegante, tienen ojos celestes, cabello canoso uno y rubio el otro y ambos optan por vestimentas de corte clásico y estilo formal. A fin de ilustrar lo dicho, cuando Bellavista se encuentra por primera vez con Giorgio, le pregunta: *-A guardarvi bene, avete un viso nordico. Ma siete nato a Napoli?*⁷¹ y él responde: *-Come no! Sono napoletano verace!*⁷² (Orfini & Bolles, 1984). Los principales rasgos fisonómicos de Alex y Mattia, en cambio, coinciden con la concepción costumbrista del sureño, puesto que tienen una estatura media, cabello castaño, apariencia informal y, en el caso específico del napolitano, notablemente desaliñada. Desde una perspectiva psicológica, observamos que se trata de personajes muy extrovertidos, de talante conciliador-empático y temperamento intuitivo-sensitivo, siendo Alex y Mattia los únicos que manifiestan comportamientos groseros y engreídos. Este matiz actitudinal que transmiten los dos personajes en cuestión refleja el estereotipo del meridional sanguíneo, impulsivo, irascible. Justamente, en un pasaje del filme *La fame e la sete*, Ivo define a su hermano Alex como *il solito melodrammatico mediterraneo che non riflette*⁷³ (Cecchi Gori & Rusic, 1999). Mientras que Bellavista y Giorgio son personas trabajadoras, cultas y flexibles, Alex y Mattia son haraganes, vulgares y dependientes de su madre. En su roles, ambos sujetos narrativos encarnan el estereotipo del *mammone* italiano, el eternamente inmaduro que, aun siendo adulto, es muy apegado a su madre y depende económicamente de ella. En la misma línea, los dos primeros se destacan por la búsqueda del progreso -a través del trabajo- y del placer -mediante la lectura y la sed de conocimiento-. Los dos restantes, en cambio, se distinguen por el alto grado de agresividad para con el otro y por la evasión de conflictos familiares, laborales y afectivos. Sin embargo, los cuatro representan a personas hospitalarias, generosas, que bregan por el bienestar de su círculo íntimo. Analizados desde la óptica social, solo Bellavista está casado, mantiene una relación afianzada con su esposa y es padre de una hija. Por su parte, Giorgio contrae matrimonio con Patricia y serán padres

⁷¹ “Mirándolo bien, tiene un rostro septentrional. ¿Pero usted nació en Nápoles?” (La traducción es de la autora).

⁷² “¿Cómo no! ¡Soy un napolitano de pura cepa!” (La traducción es de la autora).

⁷³ “El típico mediterráneo melodramático que no reflexiona” (La traducción es de la autora).

primerizos, en tanto que Alex y Mattia son solteros, viven con su madre y no tienen descendencia (si bien en el desenlace del filme *Benvenuti al Sud*, este último se convertirá en padre en pocos meses). Bellavista y Giorgio son personas instruidas, poseen títulos universitarios y no exhiben mayores dificultades en cuanto a su condición socio-económica. Alex y Mattia, en cambio, no presentan en su haber títulos de estudio de nivel superior y se desempeñan en tareas culturales de calificación baja o media, por ende su poder adquisitivo es limitado. El gusto por los pasatiempos sociales es una condición común a los cuatro personajes, pues todos disfrutaban de reunirse con familiares, amigos y conocidos para conversar, disfrutar de la vida alegre y tranquila y del buen comer. Bellavista y Giorgio residen en un departamento de un céntrico barrio napolitano, mientras que Alex y Mattia viven en casas situadas en un entorno pueblerino. En suma, los personajes son respetuosos tanto de las celebraciones religiosas como de las tradiciones locales y sienten orgullo de pertenecer al grupo de los meridionales.

En cuanto a los rasgos físicos de los **personajes femeninos septentrionales** (Odette Perego, Loretta y Silvia Colombo), podemos afirmar que se corresponden acabadamente con los clásicos cánones de belleza de esa región, puesto que todas ellas son estilizadas, de cutis pálido, cabello castaño o rubio, ojos claros, distinguidas en sus movimientos y sobrias en el vestir. Son introvertidas, de carácter sereno, a excepción de Silvia, quien demuestra ser sumamente extrovertida y paranoica. Precisamente este último personaje manifiesta una inclinación natural hacia el pesimismo, en tanto que Odette, subyugada por su marido y el desamor, exhibe una aptitud vital resignada y Loretta, astuta y melindrosa, se destaca por la utilización que hace del Otro para conseguir sus propósitos. Aún más, advertimos que Loretta es la figura antagónica de Odette en todo sentido, desde su aspecto físico hasta sus características psicológicas; mientras que la primera es atractiva, el prototipo de *femme fatal* y mantiene una relación amorosa con Ivo para conservar su trabajo y tener un trato preferencial en la empresa; Odette es poco agraciada, aniñada, sumisa y siente un amor sincero por su marido. Son mujeres de una autoestima alta, vitales, trabajadoras, modernas y exigentes, salvo Odette, que es timorata, protectora y condescendiente ante los caprichos de su esposo. Mientras Silvia y Loretta persiguen aumentar los ingresos en aras de elevar el estándar de vida actual, Odette pone sumo cuidado en satisfacer la voluntad y los deseos de Ivo, aun renunciando a los propios, como por ejemplo, su anhelo denegado de ser madre.

Desde la óptica social, Odette y Silvia están casadas; Loretta, en cambio, es soltera y mantiene una relación clandestina con Ivo. Silvia es la única de las tres que tiene un hijo, aspecto que reafirma el estereotipo del italiano septentrional que relega a un segundo plano la progenie. Son mujeres instruidas, de buen pasar económico, que pertenecen a una clase social medio-alta. Loretta es la única que trabaja a cambio de un sueldo, ya que Silvia se desempeña como voluntaria de seguridad en la ciudad y Odette no efectúa tarea alguna fuera de los quehaceres hogareños. Sin duda Loretta y Silvia se aferran al dinero, destacándose por sus conductas individualistas. Contrariamente, en las acciones y reacciones de Odette se percibe empatía y solidaridad hacia el Otro. Odette y Silvia viven en casas situadas en un contexto urbano en el norte de Italia, en tanto que durante la narración no se dan a conocer las características de la residencia de Loretta.

Por otra parte, cotejamos que los personajes que representan a las **mujeres meridionales** (Maria, la esposa de Bellavista; Maria, madre de Alex e Ivo; Rosa, la *signora* Volpe y Maria, la novia de Mattia) reúnen el conjunto de rasgos estéticos que de manera convencional se le atribuyen a la mujer mediterránea.⁷⁴ En primer lugar, podemos observar que el nombre de pila de tres de ellas es «María», aspecto que ponemos particularmente de relieve porque es un modo de afirmar y confirmar la ardiente devoción de la religión católica existente en el sur de Italia. Dentro de este grupo, las mujeres pertenecientes a la franja etaria adulta tienen un físico más bien robusto o con cierto exceso de peso, son de mediana estatura, su cutis es moreno, el cabello negro y canoso y los ojos castaños (excepto la madre de Mattia, cuyos ojos son claros). En líneas generales, usan vestidos sencillos de tonalidades preferentemente oscuras,⁷⁵ en tanto que las jóvenes Rosa y Maria tienen un físico curvilíneo, sensual. La siciliana tiene un tono de piel oliváceo; la napolitana, en cambio, pálido. Tienen grandes ojos marrones y su cabello es largo, ondulado y castaño. Aparentan ser personas acicaladas, prolijas, diligentes. Visten

⁷⁴ Arribados a este punto, creemos pertinente subrayar que la existencia de los estereotipos físicos referidos a los italianos del norte (concebidos como altos, delgados, rubios, de ojos claros) y a los del sur (percibidos como de baja estatura, robustos, castaños, de ojos marrones) tienen su núcleo de verdad (Fishman, 1956) y origen en la historia de las relaciones intergrupales (Bar-Tal, 1994), pues cabe recordar que Italia fue invadida por numerosos pueblos atraídos por la posición estratégica y centralizada que la península tiene en el Mediterráneo. Así, la región italiana septentrional estuvo invadida por los celtas-galos y la zona meridional por árabes y españoles, etnias que responden, en líneas generales, a las características físicas ya mencionadas.

⁷⁵ En el cuento *Il mare colore del vino* de Leonardo Sciascia (1973), el autor hace referencia a «las mujeres vestidas de negro», imagen que se repite en varias de sus obras cuando describe el típico paisaje siciliano. Una vez más apreciamos el modo en el que la literatura se convierte en un canal que vehiculiza el contenido e influye en la intensidad y el alcance de los estereotipos socioculturales que los individuos poseen con respecto a un determinado grupo cultural (Bar-Tal, 1994).

ropas escotadas de colores clásicos y lucen pocos accesorios. Los cinco actrices interpretan a mujeres extrovertidas, exigentes, con un alta autoestima y de ánimo generoso. Son tradicionalistas, sobreprotectoras y permisivas, a excepción de la novia de Mattia, que es una mujer moderna, trabajadora y, en consecuencia, económicamente independiente; quizá pueda verse en esto un intento de transformación del estereotipo de mujer meridional. A su vez, se destacan por la capacidad de percibir las necesidades que tiene el Otro, por sufrir con su dolor y ponerse en su lugar, rasgos fundamentales de la caridad humana.

Maria, la madre de Alex e Ivo y la señora Volpe son viudas. Maria Bellavista y Rosa mantienen una relación consolidada con sus respectivos esposos y Maria, la novia de Mattia, es soltera. Mientras dos de las casadas tienen tres hijos, las otras dos tienen uno solo y quien no lo está, se convertirá en madre en poco tiempo. Son personas que no poseen un alto nivel de instrucción, pertenecen a una clase social media y su poder adquisitivo es reducido. Solo la futura esposa de Mattia recibe una remuneración mensual por trabajar como secretaria en una oficina de correos; el resto, en cambio, realiza labores concernientes a la organización del hogar. En general, los personajes se aferran a la familia -especialmente al vínculo estrecho con los hijos, más aún si estos son varones- y a la religión católica. Las cinco mujeres sureñas habitan en casas ubicadas en un entorno provinciano, salvo Maria Bellavista, que vive en un barrio metropolitano de Nápoles.

Sintetizando las reflexiones obtenidas del análisis de los datos observamos que, en la recreación de las peculiaridades físicas y psicosociales de los personajes, la comedia italiana responde, por lo general, a una caracterización arquetípica de los mismos, a excepción de las singularidades oportunamente señaladas.

6. El discurso estereotipado en los textos audiovisuales

6.1 Los residuos.

6.1.1 La anciana en el balcón (*Così parlò Bellavista*, 12:38 - 14:10).

Saverio, antes de asistir a las habituales reuniones en el despacho de Bellavista, debe cumplir con sus tareas de barrendero, motivo por el cual se une al grupo liderado por el profesor con media hora de retraso. Cuando comienza a limpiar la callejuela a la que asoman las fachadas del edificio, una señora anciana -angustiada e indignada por el comportamiento desconsiderado de los vecinos- además de darle indicaciones precisas

sobre cómo debería efectuar su labor, conjetura acerca de las causas de esas conductas groseras:

*-Ehi, giovanotto! Spazzino! Voi la mattina dovete venire alle sette perché i signori di questo palazzo sono una massa di fetienti, buttano tutta la schifezza dal sopra al basso, la munnezza va in fermentazione e nuje cca ce murimmo da puzza! E adesso piano piano, fate piano e non arronzate! Quella scorza là... là... la vedete? Là! Quella scorza di melone... Bravo! Bravo! E adesso un poco più avanti, più avanti ci stanno quelle carte inzevate, quella è roba della signora del terzo piano, dice che è nobile, è contessa, che non può cucinare che le si rovinano le mani... e ppò s'accatta panzarott' e pall' 'e riso e mena tutt' a copp' abbasc... bella chiavica 'è cuntess'! Io non capisco, ma ci vuole tanto a mettere la munnezza nei sacchetti? Ah, non è questo il problema, è che la gente nasce sporca di costituzione. Si nasce fetienti!*⁷⁶ (Orfini & Bolles, 1984)

6.1.2 La recolección diferenciada (*Benvenuti al Sud*, 47:18 - 48:27)

Alberto, ya establecido en Castellabate, habiendo observado a Mattia lanzar una bolsa de residuos desde la ventana de la cocina de su casa, imita tal comportamiento. Sin embargo, es multado por un policía por haber ensuciado la vía pública. Este es el contexto situacional en el que se desarrolla la siguiente conversación:

Alberto: -Buongiorno.

Vigile: -Buongiorno. Questo appartiene a voi?

*Alberto: -E' mio sì. Jammo ja!*⁷⁷

Vigile: -Sono 62 euro.

Alberto: -Ma perché, non si fa così?

Vigile: -Forse al paese vostro. Jammo ja!

Alberto: -Buongiorno.

Operatore ecologico: -Oh!!! Jammo ja!

Alberto: -E io che pensavo...

Mattia: -Che pensava?

Alberto: -No, che i rifiuti si buttassero dalla finestra.

*Mattia: -Eh infatti. Per comodità noi facciamo la raccolta differenziata. Oggi stavano gli organici, giovedì pomeriggio carta e cartone, sabato vetro.*⁷⁸ (Chimenz et al, 2010)

⁷⁶ “¡Hey, joven! ¡Barrendero! Usted debe venir a las siete de la mañana porque los señores de este edificio son una manga de hediondos, tiran las asquerosidades de arriba hacia abajo, la inmundicia fermenta y ¡nosotros nos morimos por el mal olor! Y ahora trabaje despacio, despacio y ¡no se queje! Aquélla cáscara, allá, allá, ¿la ve? ¡Allá! Aquélla cáscara de melón... ¡Bien, bien! Y ahora un poco más adelante, más adelante están las servilletas sucias, eso es de la señora del tercer piso, dice que es noble, es condesa, que no puede cocinar porque se le arruinan las manos... y después come empanadas y torrijas de arroz y tira todo a la calle... ¡una linda cloaca la condesa! Yo no entiendo, ¿es mucho esfuerzo poner la basura en bolsas? Ah, no es este el problema, es que la gente nace sucia por naturaleza. ¡Se nace hediondo!” (La traducción es de la autora).

⁷⁷ Expresión exhortativa que en el dialecto napolitano significa: ¡Vamos!, ¡Dale!

⁷⁸ “Alberto: -Buen día. Policía: -Buen día. ¿Esto es suyo? Alberto: -Es mio, sí. *Jammo ja!* Policía: -Son 62 euros. Alberto: -¿Pero por qué? ¿No se hace así? Policía: -Quizá en su ciudad. *Jammo ja!* Alberto: -Buen día. Recolector de residuos: -Oh!!! *Jammo ja!* Alberto: -Y yo que pensaba... Mattia: -¿Qué pensaba? Alberto: -Que la basura se tiraba de la ventana. Mattia: -Y así es, por comodidad, nosotros hacemos la recolección

Como bien podemos advertir, en ambos pasajes se alude al estereotipo del italiano **inmundo, incivilizado y maleducado**. En el primer caso, la anciana, si bien pertenece a la sociedad napolitana, no imita tal accionar, pues se considera una ciudadana de proceder correcto y, por ende, de costumbres higiénicas. Vale decir que ella constituiría la «excepción a la norma» de su endogrupo (Elosua, 1994). En el segundo caso, el estereotipo de desaseado que Alberto y sus coterráneos adjudican a los napolitanos, pone en evidencia la tendencia del individuo a buscar y seleccionar información acerca de los Otros que confirme sus expectativas, adecuando la percepción de la realidad conforme a sus expectativas (Katz & Braly, 1933; Cano Gestoso, 2002; Elosua, 1994).

A su vez, considerando las dinámicas que emergen a partir de los contactos culturales, en el personaje de Alberto Colombo se refleja un proceso de hibridación cultural, dado que este obra según elecciones racionales y voluntarias de circunstancia, cuya función lógica es la adaptarse al sistema cultural dominante, en este caso, al meridional (Bueno Chávez, 2010). En definitiva, en estas alocuciones podemos apreciar de qué manera el cine recurre y atribuye al estereotipo del ciudadano napolitano una imagen y un juicio de valor (Allport, 1954/1968) que refuerzan la idea cristalizada de persona mugrienta, incivil e inculta.

6.2 La idiosincrasia septentrional y meridional.

6.2.1 La lección de Bellavista (*Così parlò Bellavista*, 16:40 - 20:02).

Reunidos en su estudio, Bellavista diserta ante sus seguidores y amigos sobre el origen de ciertos rasgos culturales que distinguen a los napolitanos de los milaneses, aseverando que tales comportamientos provienen de antiguas costumbres y estilos de vida que les son propios. El profesor expone con convencimiento sus teorías filosóficas basadas en esquemas binarios, en tanto que sus «alumnos» escuchan con interés sus palabras y manifiestan expresamente el orgullo de pertenecer al grupo de los napolitanos. De tal manera, en sus actitudes quedan en evidencia los límites permeables de la objetividad, pues la misma se encuentra condicionada, influenciada e incluso determinada por jerarquías conceptuales de la cultura partenopea:

Gli uomini, invece, si dividono in 'uomini d'amore' e 'uomini di libertà' a seconda se preferiscono vivere abbracciati uno con l'altro oppure preferiscono vivere da soli per no

diferenciada. Hoy era el turno de los orgánicos, el jueves a la tarde del papel y del cartón, el sábado del vidrio” (La traducción es de la autora).

essere scocciati ... Como esistono uomini d'amore e uomini di libertà ci sono 'popoli d'amore' e 'popoli di libertà'. Io su questa cartina dell'Europa ho dipinto in nero i popoli di amore e in bianco i popoli di libertà. L'Italia, la Spagna, l'Irlanda, la Polonia, la Grecia appartengono al mondo dell'amore. L'Inghilterra, la Scandinavia, la Germania appartengono invece al mondo della libertà. Poi ci sono i grigi che sono quelli che hanno un po' d'amore e un po' di libertà. Gli inglesi, popolo di libertà, hanno il culto della privacy. In Italia gli inglesi, sono i milanesi. Come si fa a riconoscere se un uomo è o non è un uomo di libertà? E' semplicissimo: l'uomo di libertà preferisce l'albero di Natale, l'uomo d'amore, invece, preferisce il presepe. Gli uomini di libertà amano farsi la doccia, gli uomini d'amore invece preferiscono farsi il bagno. La doccia è milanese perché ci si lava meglio, consuma meno acqua e fa perdere meno tempo, invece il bagno è napoletano, un incontro con i pensieri, un appuntamento con la fantasia.⁷⁹ (Orfini & Bolles, 1984)

Como hemos podido apreciar, en la alocución del profesor Bellavista encontramos expresiones estereotipadas referidas a los miembros de las sociedades septentrionales y meridionales: a los primeros el personaje de Bellavista los cataloga como personas **reservadas, modernas, ahorrativas**, destacadas por sus escrúpulos en el aseo personal y por seguir un ritmo de vida apresurado; en tanto que clasifica a las segundas como individuos **respetuosos de las tradiciones y cultores de la meditación, la reflexión y la creatividad** en los momentos dedicados al ocio.

6.2.2 Estoicos y epicúreos (*Così parlò Bellavista*, 33:15 - 34:12).

Bellavista se dirige a su hogar junto a Saverio, Salvatore, Luigino y demás conocidos para dar comienzo a sus coloquios en clave histórico-cultural. Con un tono crítico y resolutivo, el profesor refiere a sus adeptos que los milaneses y los napolitanos poseen comportamientos y hábitos dispares porque adhieren a concepciones éticas y a doctrinas filosóficas diferentes:

Come si fa a capire quando uno è stoico e quando uno è epicureo? E' una cosa semplicissima: gli stoici amano i grandi obiettivi posti al di là della vita e per questi obiettivi loro sono disposti a morire... I cristiani sono stoici, eh sì, perché i cristiani che

⁷⁹ «Los hombres, en cambio, se dividen en «hombres de amor» y «hombres de libertad», según prefieran vivir abrazados unos con otros o prefieran vivir solos para no ser molestados ... Así como existen hombres de amor y hombres de libertad existen «pueblos de amor» y «pueblos de libertad». Sobre este mapa de Europa he pintado con color negro los pueblos de amor y en blanco los pueblos de libertad. Italia, España, Irlanda, Polonia, Grecia, pertenecen al mundo del amor. Inglaterra, Escandinavia, Alemania pertenecen, al contrario, al mundo de la libertad. Después están los grises, que son los que tienen un poco de amor y un poco de libertad. Los ingleses -pueblo de libertad- practican el culto a la privacidad. En Italia los ingleses son los milaneses. ¿Cómo se reconoce si un hombre es o no un hombre de libertad? Es muy simple: el hombre de libertad prefiere el árbol de Navidad, en cambio, el hombre de amor prefiere el pesebre. Los hombres de libertad aman ducharse, en cambio, los hombres de amor, prefieren lavarse en la bañera. La ducha es milanesa porque uno se lava mejor, consume menos agua y hace perder menos tiempo, en cambio el baño en la tina es napolitano, es un encuentro con los pensamientos, una cita con la fantasía” (La traducción es de la autora).

*cosa vogliono? Vogliono la felicità eterna e come dicono i cristiani: 'siamo nati per soffrire'... I marxisti sono stoici perché vogliono la giustizia per tutti e per questa giustizia sono disposti a sopportare la dittatura del proletariato e la rivoluzione, che detto tra di noi sono cose scomodissime. Cazzaniga è stoico, si alza alle sei e mezza alla mattina perché vuole diventare direttore generale dell'Alfa Romeo. Noi no, noi siamo epicurei, noi ci accontentiamo di poco, purché questo poco ci venga dato al più presto possibile.*⁸⁰ (Orfini & Bolles, 1984)

La explicación del profesor concluye con una frase del poeta latino Horacio que sintetiza el sentir de los partenopeos: (*Carpe diem*) *quam minimum credula postero*.⁸¹ En otros términos, la búsqueda imperturbable de una vida sencilla mas a su vez placentera y feliz, que no declina ante los envites de la realidad, es una disposición de ánimo que - según Bellavista- caracteriza a los napolitanos, en tanto que los ambrosianos⁸² no aspiran a ser felices, sino a ser personas bondadosas e íntegras. Por ese motivo, conforme a su capacidad de raciocinio, aceptan con resignación las obligaciones y los sacrificios que les presenta el destino con el fin de alcanzar bienes ulteriores, tales como la fama, la riqueza, el poder.

En los últimos dos fragmentos argumentativos que hemos examinado, evidenciamos una de las funciones sociales del estereotipo, a las cuales hicimos referencia durante el desarrollo del marco conceptual sobre la estereotipia. En efecto, los miembros del endogrupo logran una distintividad social positiva ante los miembros del exogrupo pues se autoadjudican las dimensiones más valiosas (como lo es el hecho de formar parte de «los hombres de amor», de ser tradicionalistas, soñadores, dichosos) y conceden al exogrupo positividad, pero en aspectos menos trascendentales y según sus propios parámetros culturales (por ejemplo, el ser «hombres de libertad», el hecho de no respetar las tradiciones ancestrales, de vivir permanentemente agobiados y estresados a causa de obligaciones laborales y del ajetreo cotidiano) en pos de conservar la superioridad del propio grupo de pertenencia (Tajfel, 1984).

⁸⁰ “¿Cómo se diferencia un estoico de un epicúreo? Es una cuestión muy simple: los estoicos aman los grandes objetivos prefijados más allá de la vida y por esos objetivos están dispuestos a morir... Los cristianos son estoicos, claro, sí, porque ¿qué quieren los cristianos? Quieren la felicidad eterna y como dicen los cristianos: ‘hemos nacido para sufrir’... Los marxistas son estoicos porque quieren justicia para todos y por esa justicia están dispuestos a soportar la dictadura del proletariado y la revolución, que, entre nosotros, son asuntos muy incómodos. Cazzaniga es estoico, se levanta a las seis y media de la mañana porque quiere ser el gerente general de Alfa Romeo. Nosotros no, nosotros somos epicúreos, nosotros nos conformamos con poco, siempre y cuando ese poco nos sea concedido lo más pronto posible” (La traducción es de la autora).

⁸¹ “Aprovecha el día, fíate lo menos posible del mañana” (La traducción es de la autora).

⁸² Epíteto empleado como sinónimo de «milanes». Tal denominación deriva de San Ambrosio, patrón y protector de la capital lombarda.

6.2.3 La idiosincrasia septentrional (*Così parlò Bellavista*, 1:26:41 - 1:33:51).

El profesor Bellavista y el doctor Cazzaniga se encuentran casualmente en el edificio y toman el ascensor para ir a sus respectivos departamentos, mas en un determinado momento se interrumpe el suministro de corriente eléctrica, el elevador se detiene y ambos permanecen encerrados allí un buen rato. Durante la espera comienzan a dialogar, al principio con reticencia y luego animadamente. Bellavista descubre con agrado que el perfil identitario del inquilino milanés no se corresponde con los típicos estereotipos del italiano septentrional, como él suponía. Tal hallazgo se plasma en la siguiente conversación, que acontece en tanto aguardan el rescate:

Bellavista: -Dottore, Le confesso una cosa, io La facevo diverso.

Cazzaniga: -Diverso in che senso?

Bellavista: -Non so... più nordico... Per esempio, a me hanno detto che Lei si alza tutte le mattine alle sei perché, malgrado sia il capo del personale dell'Alfa Romeo, vuole essere puntuale in ufficio.

Cazzaniga: -Ma questo a cosa c'entra, scusi?

Bellavista: -C'entra, c'entra, perché tutto questo senso del dovere, dell'estoicismo, è tipico di voi settentrionali.

Cazzaniga: -No, è solo civiltà, se dipendesse da me io starei a letto fino a mezzogiorno, mi piace leggere il giornale a letto e anche quando mi portano un buon caffè.

Bellavista: -Un tè vuol dire.

Cazzaniga: -Ma no, se mi danno un tè la mattina è come se mi dessero un sberla, è mia moglie che ama il tè, ma sa, lei è tedesca e i tedeschi, caro professore, non sono come noi!

*Bellavista: -Si è sempre meridionali di qualcuno.*⁸³ (Orfini & Bolles, 1984)

En este pasaje, una vez más, el cine de comedia recurre a los estereotipos del imaginario social caracterizados por su intensidad y alcance (Bar-Tal, 1994) con los que se identifica a la sociedad napolitana y milanesa. Como notamos precedentemente, los estereotipos son resistentes al cambio (Elosua, 1994). Sin embargo, el contacto intergruppal (Allport, 1954/1968; Bar-Tal, 1994) favorece la interacción entre los miembros de grupos diferentes, propicia la aceptación, el entendimiento y, en consecuencia, el cambio de contenido de los estereotipos. Precisamente, en esta secuencia observamos que a través de un diálogo espontáneo los personajes desconfirman estereotipos y antipatías recíprocas.

⁸³ “Bellavista: -Doctor, le confieso algo, yo me lo imaginaba diferente. Cazzaniga: -¿En qué sentido diferente? Bellavista: -No sé... más septentrional... Por ejemplo, a mí me han dicho que usted se levanta todas las mañanas a las seis porque, si bien es el jefe de personal de Alfa Romeo, quiere llegar puntualmente a su oficina. Cazzaniga: -Disculpe, ¿pero eso qué tiene que ver? Bellavista: -Tiene que ver, porque todo ese sentido del deber, del estoicismo, es característico de ustedes, los septentrionales. Cazzaniga: -No, es solamente civilización, si de mí dependiese me quedaría en la cama hasta el mediodía, me gusta leer el diario en la cama y más cuando me traen un rico café. Bellavista: -Un té, querrá decir. Cazzaniga: -De ninguna manera, si me dan un té a la mañana es como si me diesen una bofetada, es mi mujer la que ama el té, pero sabe, ella es alemana y los alemanes, querido profesor, ¡no son como nosotros! Bellavista: -Siempre se es meridional de alguien” (La traducción es de la autora).

Asimismo, ponemos de relieve el último pasaje de la conversación para destacar el modo en que, ante la mención de la nacionalidad extranjera de la esposa de Cazzaniga, se esfuma la diferencia entre italianos septentrionales y meridionales y aparece la dicotomía italianos - alemanes, enfatizando la distintividad de la identidad cultural nacional que los identifica y distingue de otras (Cuche, 1996/2002).

6.2.4 La idiosincrasia meridional I (*La fame e la sete*, 1:19:48 - 1:20:52).

Con el aval de su amigo y asesor Michele, Alex decide participar en una exposición fotográfica. Mientras los visitantes de la muestra y los miembros del cortejo fúnebre disfrutan de la *vernissage*, el devenido artista fotográfico conversa animadamente con el profesor Pirelli sobre los problemas que aquejan a la realidad siciliana. Con la actitud irónica que lo caracteriza, Alex le enumera al crítico de arte los estereotipos que la conciencia colectiva asigna por lo general a los habitantes de la isla:

Alex: -*Vede, mio caro professore, secondo me la Sicilia non è solo mafia.*

Professore: -*Sono d'accordo con lei.*

Alex: -*Ma è anche degrado, disperazione, disintegrazione, cassa integrazione e tutte queste cose, bah!*⁸⁴ (Cecchi Gori & Rusic, 1999)

Como dijimos antes, el humorismo es una herramienta eficaz empleada en el cine para vehiculizar y delatar complejas realidades institucionales y culturales (Buell, 2005) de las sociedades.⁸⁵ En este paso, la gracia del humor étnico (Apte, 1985; Eco, 1987) del protagonista reside en la incongruencia, pues en vez de defender la imagen positiva que el individuo posee de sí mismo y de su lugar de origen y aspirar a que sea reconocida y reforzada por las sociedades -como sería de esperar en su calidad de integrante del endogrupo de los sicilianos- la amenaza negativamente a través de la acentuación de conceptos estereotipados que estigmatizan a Sicilia, tales como: el **degrado**, el **desempleo**, la **disgregación socio-política, económica y cultural**.

⁸⁴ “Alex: -Vea, querido profesor, en mi opinión Sicilia no es solamente mafia. Profesor: -Estoy de acuerdo con usted. Alex: -También es degrado, desesperación, desintegración, desocupación ¡y todas estas cosas, bah!” (La traducción es de la autora).

⁸⁵ En efecto, la producción fotográfica de Alex está compuesta por un tríptico. La primera foto se llama *Manca l'acqua*, quizás queriendo representar la pobreza de Sicilia, puesto que en la misma se puede observar una oveja muerta a los pies de un cactus. La segunda, intitulada *Do you like basketball?* reflejaría los intentos de querer progresar y no poder debido a la falta de recursos, ya que en esta imagen se contempla a un joven jugador de baloncesto que sostiene entre sus manos una pelota espinada por el cactus. La tercera foto, denominada *La legge*, plasma posiblemente la falta de justicia y la vagancia, dado que se observa al mariscal que peina la larga y desprolija cabellera de su colaborador, en lugar de ocuparse de su trabajo. Asimismo, Alex muestra al crítico una última obra llamada *I love you*, quizá en su intento por representar la corrupción y la complicidad entre el estado y la iglesia, ya que en la misma se advierte al jefe comunal que carga en brazos al cura del pueblo.

6.2.5 La idiosincrasia meridional II (*Benvenuti al Sud*, 1:10:05 - 1:12:03).

Alberto Colombo, luego de haber protagonizado un accidente menor en un negocio, es demorado en la comisaría. Desde allí se comunica telefónicamente con Silvia para avisarle que esa noche no viajará a verla. No obstante, su esposa advierte el estado de embriaguez en el que se encuentra y, preocupada, le refiere que al día siguiente irá a Castellabate a acompañarlo, pues está convencida de que su esposo debe lidiar cotidianamente con conflictos de diversa índole y, por ende, no está a gusto en su nueva residencia. Alberto intenta persuadirla sin éxito, por lo que, ante el inminente arribo de su mujer, no le queda otra alternativa más que la de sincerarse con sus amigos. Apesadumbrado y avergonzado, les relata las falacias que le dijo a Silvia acerca de su vida en Castellabate, revelándoles además que él fue transferido al sur por castigo, por haberse fingido parapléjico con el propósito de conseguir el tan ansiado puesto de trabajo en la pujante ciudad de Milán:

Alberto: -Amici, vi devo parlare, sono nei guai, mia moglie arriva domani.

Costabile Piccolo: -Scusate, ma non ci ho capito, ma mon siete contento che viene vostra moglie?

Alberto: -No, certo che sono contento, è che le ho mentito sulla vita che faccio qui. Io non volevo mentirle, ho provato a dirle la verità, ma lei non ci credeva e così le ho fatto credere quello che lei voleva credere. Insomma, le ho detto che qui vivo male e devo dire che più lei pensa che io stia male più mi tratta bene. Il nostro rapporto è migliorato, ora sta bene.

Mattia: -Fatemi capire, essa sta meglio se voi state peggio?

Alberto: Eh, so che suona strano ma è così.

Maria: -Scusate ma, si può sapere che le avete detto?

Costabile Grande: -Eh?

Mattia: -Non ho capito!

Alberto: -Cose che si dicono... stereotipi più che altro, luoghi comuni, cose magari non vere ma che si dicono soprattutto al nord, tipo che siete un po' basici sai, sempliciotti, terra terra diciamo, che gesticolate quando parlate -questo è vero- urlate, non si capisce niente di quello che dite, siete un po' volgari, mangiate con le mani, cose così insomma, forse ho usato il termine 'terroni' o anche 'violenti'.

Costabile Grande: -Terroni?

Alberto: -Ma l'ho fatto per amore, ai suoi occhi finalmente ero un eroe che affrontava la sua vita con coraggio... No, non mi abbandonate così, Mattia! No! Voi volete saperla tutta? Io qui non ci volevo neppure venire, mi hanno mandato qui per punizione, perché mi ero finto handicappato per avere un posto a Milano!⁸⁶ (Chimenz, et al, 2010)

⁸⁶ “Alberto: -Amigos, debo hablar con ustedes, estoy en problemas, mi mujer llega mañana. Costabile Piccolo: -Disculpe, pero no comprendo ¿no está contento de que venga su mujer? Alberto: -No, claro que estoy contento, sucede que le mentí acerca de la vida que llevo aquí. Yo no quería mentirle, intenté decirle la verdad, pero ella no me creía y por eso le hice creer lo que ella quería creer. En definitiva, le dije que aquí vivo mal y debo decir que cuanto más ella piensa que yo estoy mal, mejor me trata. Nuestra relación ha mejorado y ahora estamos bien. Mattia: -Explíqueme, ¿ella está mejor si usted está peor? Alberto: -Sé que suena raro, pero es así. Maria: -Disculpe, pero ¿se puede saber qué le dijo? Costabile Grande: -¿Eh? Mattia: - ¡No entendí! Alberto: -Cosas que se dicen... estereotipos más que nada, lugares comunes, cosas que quizá no son verdaderas, pero que se dicen sobre todo en el norte, como que ustedes son un poco básicos, sabés,

En el discurso de Alberto podemos apreciar que, si bien él reconoce que no todos los estereotipos acerca de sus amigos son veraces, pues los ha deconstruido mediante la interacción directa con los lugareños (Bar-Tal, 1994), ha optado por no contradecir a su mujer y hacerle creer que los meridionales responden a la percepción naturalizada que ella tiene sobre los mismos, porque -tal como hemos dicho en otra oportunidad y como advertiremos nuevamente más adelante-, de este modo la persona -en este caso, Silvia- se «confirma en sus seguridades», pues el ideario que esta asigna a un grupo otro se refleja en los hechos, razón por la cual experimenta gusto, satisfacción o complacencia al comprobar que conoce en modo conciso y certero la realidad⁸⁷ (Elosua, 1994). A la vez, en este paso podemos apreciar que las excusas que Alberto ofrece a sus amigos se relacionan con una de las funciones sociales del estereotipo, como la de justificar los comportamientos discriminatorios del sujeto cuando el mismo está convencido de la veracidad de los estereotipos de los miembros del exogrupo (Tajfel, 1984).

En definitiva, en esta secuencia advertimos estereotipos socioculturales de amplia difusión que el grupo de los septentrionales mantiene sobre los miembros de la sociedad meridional, evaluados como **básicos, gesticuladores, gritones, vulgares, maleducados y violentos**, entre otros rasgos identitarios, en su mayoría desfavorables.

En efecto, vinculando estos conceptos con el pensamiento lotmaniano acerca del texto artístico, recordamos que el semiólogo ruso lo concibe como un dispositivo que «produce e incrementa el conocimiento sobre el mundo y ayuda a construir un modelo de realidad» (Barei & Arán, 2002, p. 9). De hecho, estamos convencidos de que el cine es cultura, es creación, es conocimiento y es, en muchas oportunidades, denuncia de problemáticas sociales. Sin embargo, sostenemos que puede operar además como un instrumento que refuerza preconceptos e incita a realizar interpretaciones que se alejan de la realidad «otra»

simples, limitados, digamos, que gesticulan cuando hablan -esto es cierto-, gritan, no se entiende nada de lo que dicen, son un poco vulgares, comen con las manos, cosas así, en definitiva... quizá usé el término *terroni*, o también violentos. Costabile Grande: -¿*Terroni*? Alberto: -Pero lo hice por amor, ¡a sus ojos por fin era un héroe que afrontaba su vida con coraje! ¡No, no me abandonen así, Mattia! ¡No! ¿Quieren saber toda la verdad? ¡Yo ni siquiera quería venir aquí, me mandaron por castigo, porque me hice pasar por discapacitado para conseguir un puesto en Milán!» (La traducción es de la autora).

⁸⁷ Precisamente, en escenas posteriores podemos observar que los amigos de Alberto organizan una recreación grotesca del pueblo a los fines de que Silvia observe y corrobore los prejuicios que alberga acerca de los sureños. De esta manera, Castellabate se transforma en un pueblo peligroso, bárbaro, violento, donde ella corre el riesgo de ser secuestrada y de que la despojen de sus bienes (de hecho, le arrebatan la cartera y Alberto, cual héroe, la recupera). La ambientación del lugar es confusa y caótica, las casas son precarias y sucias, las calles están colmadas de personas que juegan a las cartas clandestinamente, niños que mendigan, algunos que gritan y otros que rezan, mientras un anciano toca la mandolina, entre otras representaciones estereotipadas.

y se acercan a nuestro modo de ver y comprender el mundo. Según entendemos, este riesgo es abortado en el momento que los directores de los textos optan por representar de manera humorística y caricaturesca los estereotipos italianos de ambas culturas, siendo esta una forma de reclamo público para conocer su verdadero carácter identitario.

6.3 La desocupación.

6.3.1 El flagelo de la desocupación (*Così parlò Bellavista*, 41:48 - 45:15).

Bellavista y su esposa, invitados por el novio de su hija, van a cenar a un pintoresco restaurante napolitano con vista al mar. En esta ocasión, el matrimonio Bellavista conoce a su futuro yerno, quien anuncia su casamiento con Patricia. El profesor demuestra preocupación porque su hija está embarazada y Giorgio no posee un empleo con salario fijo. No obstante, Maria le refiere a su esposo que un tío del novio -próximo a jubilarse- ha decidido cederle el negocio de artículos religiosos que posee, a condición de que dividan en dos las ganancias obtenidas. Giorgio relata a Gennaro la desazón y la vergüenza que ha sufrido por la falta de trabajo y su esperanza en el nuevo emprendimiento laboral, gracias a la generosidad de Don Arturo:

*Io per questo solo oggi mi sono fatto vivo. Fino a ieri mi sentivo come un esemplare della specie più povera del mondo, quella del disoccupato, laureato, meridionale e di buona famiglia. In altre parole, il titolo di studio mi impedisce di fare presepe, per inadeguata preparazione familiare non so fare lo scippatore e non sono nemmeno capace di vestirmi da cameriere per fare un risotto in una trattoria.*⁸⁸ (Orfini & Bolles, 1984)

Como dijimos anteriormente, los estereotipos, en su calidad de conceptos estáticos y universalistas, integran a los miembros de un grupo con determinadas características por el solo hecho de formar parte del mismo. Precisamente, en este pasaje emergen diferentes expresiones estereotipadas referidas a la sociedad napolitana, tales como: la desocupación de los jóvenes universitarios, la posibilidad de obtener ganancias económicas mediante una cuña política y los robos en las calles en forma de arrebatos. Sin embargo, advertimos en el discurso dos conceptos contrarios a las creencias estáticas y aceptada mayoritariamente por las sociedades: el primero está relacionado con el hecho de que

⁸⁸ “Yo por este motivo me presenté recién hoy. Hasta ayer me sentía como un ejemplar de la especie más pobre del mundo, la del desocupado, con título universitario, meridional y de buena familia. En otras palabras, el título de estudio me impide ganar dinero rápido y seguro a costa del estado, por una inadecuada preparación familiar no sé ser arrebataador y tampoco soy capaz de vestirme de camarero para preparar un *risotto* en un restaurante” (La traducción es de la autora).

Giorgio pertenece a una familia de estrato social medio alto, que le ha brindado una educación con valores éticos y principios morales. El segundo, en cambio, se relaciona con el nivel de instrucción que él posee, pues ha estudiado arquitectura en la universidad. Una vez más -como vimos en la alocución de la anciana en el balcón- Giorgio y su familia conforman la excepción del grupo meridional, pues se trata de dos representaciones opuestas y de carácter inusitado que transgreden las típicas construcciones sociales acerca de los napolitanos, percibidos generalmente como miembros miserables y analfabetos que se agrupan en clanes mafiosos en los que participan los familiares, avasallando los derechos ajenos según códigos propios.

6.3.2 El trabajador «independiente» (*La fame e la sete*, 28:05 - 29:44).

Alex se dirige a la comisaría para denunciar al grupo de alumnos de Alfio, que lo ha insultado, y por ese motivo él ha reaccionado impulsiva y agresivamente, aporreándolos. Para hacer su descargo, las autoridades policiales le solicitan sus datos personales. Él se presenta como un trabajador independiente, cuando en realidad es un desocupado que vive cómodamente en casa de su madre. Esta es la descripción de la ambientación narrativa en la que tiene lugar la próxima secuencia dialogada:

Maresciallo: -Drastico, Alex. Nato il 10 del 10 del 1964. Professione?

Alex: -Professione?

Maresciallo: -Tu me lo devi dire! Hai trovato un lavoro ultimamente?

Alex: -Ultimamente ho avuto il raffreddore, molto ne ho avuto Maresciallo, vero.

Maresciallo: -E allora scrivete disoccupato.

Alex: -Disoccupato! Diciamo libero professionista, bah!

Maresciallo: -Diciamolo, però scriviamo disoccupato.⁸⁹ (Cecchi Gori & Rusic, 1999)

En esta conversación, el cine pone en evidencia el emblema parodiado del desocupado meridional, mas a diferencia del pasaje anterior, en esta ocasión la falta de empleo respondería más a razones voluntarias que socioeconómicas de la región. Así, el séptimo arte ofrece a los espectadores miradas disímiles acerca de la realidad meridional, pues ora la desocupación es un flagelo, ora una decisión personal, poniendo a consideración del público la bivalencia constitutiva de un mismo estereotipo para la construcción identitaria de los sujetos (Amossy & Herschberg-Pierrot, 2001/2010; Lippmann, 1922/2003).

⁸⁹ “Mariscal: -Drastico, Alex. Nacido el 10 del 10 del 1964. ¿Profesión? Alex: -¿Profesión? Mariscal: -¿Vos me lo tenés que decir! ¿Encontraste trabajo últimamente? Alex: -Últimamente he estado muy resfriado Mariscal, en verdad. Mariscal: -Y entonces escriba desocupado. Alex: -¿Desocupado! Digamos trabajador independiente, ¡bah! Mariscal: Digámoslo, pero escribamos desocupado” (La traducción es de la autora).

Asimismo, en el comportamiento psicosocial del personaje interpretado por Antonio Albanese se entremezclan otras peculiaridades atribuidas a los hombres meridionales, como el ser **soltero**, **vago**, **vulgar**, de carácter **iracundo** pero de **buen corazón** y **familiar**, apegado en especial a la madre.

6.4 La mafia.

6.4.1 El camorrista (*Così parlò Bellavista*, 1:08:40 - 1:11:35).

En esta secuencia, Gennaro Bellavista se encuentra en la santería de su yerno y sigue con particular interés las explicaciones que uno de los camorristas le brinda a Giorgio acerca del control territorial del negocio, aludiendo que es a él y no a los demás cobradores a quien debe abonar el dinero de los sobornos mensuales. En un determinado momento, Bellavista lo interpela, dando lugar al siguiente coloquio:

Bellavista: -Sentite, dal momento che siete così gentile, potrei farvi una domanda personale?

Camorrista: -Dite pure!

Bellavista: -Ma siete nato a Napoli?

Camorrista: - Sì, perché?

Bellavista: -A Napoli Napoli o in provincia?

Camorrista: -No, di Napoli centro, sono nato a Gompia quartiere.

Bellavista: -Da genitori stranieri?

Camorrista: -No, da genitori napoletani. Ma perché mi state facendo questo interrogatorio?

Bellavista: -Perché mi sembra strano che un napoletano, «un uomo da amore» possa essere così spietato contro un'altra persona da minacciarla di morte solo per motivi di denaro.

Camorrista: -Professore ma voi dove vivete? Napoli non è più quello di una volta. Qua ci sono duecentomila disoccupati che si muoiono di fame.

Bellavista: -Sentite, a me questo fatto dei disoccupati che si muoiono di fame non m'ha mai convinto. Ai tempi miei non si contavano i disoccupati, si contavano gli occupati perché si faceva prima. Io certi alibi non li accetto. Conosco tanti disoccupati che si arrangiano, sì, ma non per questo vanno ammazzando la gente.

Camorrista: -E chella è gente senza curaggio...

Bellavista: -Voi invece siete coraggiosi. La notte mettete una bomba sotto una saracinesca, e vi sentite degli eroi. Magari o' piano e sopra sta nu povero vicchiariello ca c'appizza a' pelle... Ma a vuje c ve ne 'mport, siete disoccupati, avete l'alibi morale. Siete napoletani e ammazzate Napoli. Eh già, perché ci sono i commercianti che falliscono, le industrie che chiudono, i ragazzi che sono costretti ad emigrare... Ah già, poi volevo di un'altra cosa: ma tutto sommato, nunn'è che fate na vita 'e merda? Perché penso io: Gesù sì, fate pure i miliardi, guadagnate, però vi ammazzate tra di voi, poi anche quando non vi ammazzate tra di voi, ci sono le vendette trasversali,

*vi ammazzano le mamme, le sorelle, i figli... Ma vi siete fatti bene i conti? Vi conviene?*⁹⁰ (Orfini & Bolles, 1984)

Como podemos apreciar, el filme recrea un contexto sociocultural real de la ciudad de Nápoles, abrumada por la desocupación y la presencia de la camorra. No obstante, analizando el extracto dialogal propuesto, advertimos que la figura del ciudadano meridional es presentado al público de una manera bivalente, puesto que, por un lado, el camorrista encarna a una persona ignominiosa, deshonesto y perverso, mientras que Bellavista y su yerno personifican al individuo de comportamiento intachable y honrado. Así, dentro del endogrupo de los napolitanos, encontramos dos subgrupos que acentúan sus semejanzas y diferencias: el grupo de los napolitanos camorristas y delincuentes y otro colectivo constituido por napolitanos decentes e íntegros que condenan lo absurdo de las malas acciones. Tales valores contrapuestos dentro del endogrupo ponen en tensión el núcleo de verdad que poseen los estereotipos (Fishman, 1956). Sin embargo, como dijimos con anterioridad, en la actualidad el eje de discusión acerca de la veracidad de los estereotipos ha sido desplazado hacia el uso fasto o nefasto de los mismos y la influencia que ejercen en los medios de comunicación (Amossy & Herschberg-Pierrot, 2001/ 2010). El cine, en este caso, al servirse de personajes antagónicos que encarnan los estereotipos y contraestereotipos partenopeos, hace mella en la inquietud de los espectadores y en su proceso de categorización (Tajfel, 1984), pues ofrece al público una visión no reduccionista de la idiosincrasia napolitana.

⁹⁰ “Bellavista: -Escuche, dado que es tan gentil, ¿podría hacerle una pregunta personal?. Camorrista: - Pregunte, nomás. Bellavista: -¿Usted nació en Nápoles? Camorrista: -Sí, ¿por qué? Bellavista: - ¿Pero en Nápoles ciudad o en Nápoles provincia? Camorrista: -No, en Nápoles ciudad, nací en el barrio Gompia. Bellavista: -¿De padres extranjeros? Camorrista: -No, napolitanos. ¿Pero por qué me hace todas estas preguntas? Bellavista: -Porque me parece extraño que un napolitano, «un hombre de amor», pueda ser tan despiadado al punto de amenazar de muerte a otra persona por razones de dinero. Camorrista: -Profesor, ¿pero usted dónde vive? Nápoles no es más la de antaño. Aquí hay doscientos mil desocupados que se mueren de hambre. Bellavista: -Escúcheme, este discurso de los desocupados que se mueren de hambre nunca me convenció. En mis tiempos no se contaban los desocupados, se contaban los ocupados porque se terminaba más rápido. Yo no acepto ciertas excusas. Conozco a muchos desocupados que se las arreglan y no por ese motivo van por ahí matando gente. Camorrista: -Esa es gente que no tiene coraje. Bellavista: - Ustedes en cambio son valientes. De noche ponen una bomba debajo de una persiana y se sienten héroes. Quizás en el piso de arriba hay un pobre viejito que arriesga el pellejo... Pero a ustedes no les importa nada, son desocupados y tienen la licencia moral para hacerlo. Son napolitanos y matan a Nápoles. Y sí, porque están los comerciantes que quiebran, las industrias que cierran, los jóvenes que se ven obligados a emigrar... Y quiero agregar algo más: a fin de cuentas, ¿ustedes no tienen una vida de mierda? Porque yo pienso, ¡Jesús!, es cierto que ganan mucha plata, pero se matan entre ustedes y cuando no se matan entre ustedes aparecen las venganzas transversales, les matan a sus madres, sus hermanas, sus hijos... ¿Hicieron bien las cuentas? ¿Les conviene?” (La traducción es de la autora).

6.4.2 El mafioso zu Alfio (*La fame e la sete*, 38:34 - 41:51).

Conocidos y curiosos del pueblo se encuentran en la casa de Leonardo para darle el último adiós. Se suma al grupo de los presentes Alfio, el heredero de los bienes materiales del difunto y a quien Alex, intrigado por la decisión de su padre, a cualquier precio quería conocer. Ni bien arriba a la ceremonia, Rosa le entrega las llaves del hogar. En ese preciso momento, el hijo de Leonardo advierte que su padre no solo le ha cedido la barbería y un par de terrenos, sino además la casa familiar. El mafioso, elegante y prepotente, ante la mirada impávida de los vecinos y familiares se dirige al féretro, acompañado por un guardaespaldas y un obsecuente ingeniero civil con quien acuerda algunas reestructuraciones próximas a realizar en el inmueble. Este es el contexto en el que tiene lugar el siguiente intercambio de palabras entre Alfio y Alex:

Alfio: -Leonardo, non vedere niente!

Alex: -Mi scusi, ma è Lei lo zu Alfio, il nostro poeta del paese? E' Lei quello che scrive le poesie e le rime bacciate?

Alfio: -Leonardo carissimo, questo è un pensiero mio per i nemici dell'aldilà.

Alex: -Mi scusi, mi scusi veramente, mi scusi!⁹¹ (Cecchi Gori & Rusic, 1999)

En la secuencia presentada, la actitud aguerrida y sobradora de Alex se desvanece en pedidos de disculpas cuando observa que Alfio coloca entre las manos del fallecido un revólver, constatando de este modo que se trata de un mafioso criminal de temer.

En suma, los filmes *Così parlò Bellavista* y *La fame e la sete* ofrecen una recreación paradigmática del *boss* mafioso, reuniendo en torno a esta figura -tristemente emblemática de la cultura italiana- estereotipos preterizados y presentes en la memoria de los espectadores de contenido positivo y negativo (Jost & Banaji, 1994). Así, dentro del grupo de los meridionales, observamos que el subgrupo conformado por los jefes criminales tienen buenos sentimientos para con los integrantes de los clanes que presiden y, al mismo tiempo, son desalmados con quienes osan transgredir los códigos o pactos de sus organizaciones. Se trata de una manifestación cabal de las desigualdades sociales institucionalizadas, razón por la cual los miembros del endogrupo -en este caso, los napolitanos- las perciben como naturalizadas y, en cierto modo, legítimas (Cano Gestoso, 2002). Conforme hemos expresado, Jost y Banaji (1994) sostienen que las relaciones intergrupales se encuentran mediadas por las relaciones de poder, en este caso en

⁹¹ “Alfio: -Leonardo, ¡no veas nada! -Alex: Discúlpeme, ¿pero es usted el tío Alfio, el poeta del pueblo? ¿Es usted el que escribe poesías y rimas gemelas? Alfio: -Queridísimo Leonardo, este es mi regalo para los enemigos del más allá. Alex: -¡Discúlpeme, discúlpeme por favor, discúlpeme!” (La traducción es de la autora).

particular, entre el grupo de los meridionales mafiosos y el colectivo de los sureños honestos. De hecho, como hemos apreciado en el comportamiento esgrimido por Bellavista y su yerno, ellos aceptan pagar los sobornos (pues está en riesgo su vida y la de sus familiares) hasta que la situación financiera se hace insostenible y se ven obligados a cerrar el negocio. Del mismo modo, Alex desiste de reclamar la herencia familiar cuando comprende que debe lidiar el asunto con un potentado jefe criminal. En definitiva, ambos renuncian a sus derechos frente a las exigencias mafiosas.

6.4.3 Las sospechas de Alberto (*Benvenuti al Sud*, 23:35 - 26:58).

Cuando llega a Castellabate, Alberto se encuentra con un inconveniente: el departamento que la oficina postal le había destinado para su estadía no está amueblado, razón por la cual Mattia, generosamente, le ofrece alojarlo en su casa. Ni bien llegan al hogar, el milanés mira con detenimiento todos los objetos de la modesta habitación. Una vez solo en el dormitorio, aplica spray desinfectante y coloca una trampa para ratones (atendiendo a la idea estereotipada de que en el sur hay mucha inmundicia y plagas). Del mismo modo, antes de recostarse -y siempre protegido por su chaleco antibalas- busca un escondite para su billetera (pues está convencido de que en esa zona viven delincuentes que lo pueden matar o le pueden robar su dinero) y hasta coloca en la mesa de luz un ventilador (debido a que el clima en el sur es tórrido). Además Alberto advierte que sobre el chifonier hay restos de polvo blanco, lo cual le hace presuponer que su dependiente es adicto a la cocaína. Durante la inspección ocular, repara además en la presencia de un viejo baúl. Al observar su contenido, exclama para sí: *Tritolo, santa polenta! Questo è un clan camorrista!*⁹² Sin dudas, dicha expresión verbal se corresponde con los prejuicios que el personaje interpretado por el actor Claudio Bisio posee acerca de la cultura otra. Cabe señalar que -tal como expresamos antes-, al tratarse de estereotipos ampliamente difundidos y compartidos por miembros de su grupo de pertenencia (recordemos a su mujer Silvia y sus amigos), son reforzados con facilidad y solo bastan pocos indicios para corroborarlos (Huici, 1999; Morales & Moya, 1996). Alberto, al encontrar la carga explosiva, confirma el estereotipo de «meridional camorrista» sin cuestionar ni cuestionarse si acaso pudiera existir otra posibilidad, como el hecho de que Mattia sea un aficionado a los fuegos artificiales.

⁹² “¡Explosivos, madre mía! ¡Este es un clan camorrista!” (La traducción es de la autora).

6.5 La droga.

6.5.1 El consumo de drogas entre los jóvenes (*Così parlò Bellavista*, 01:11:36 - 01:15:10).

Reunidos en el estudio de Bellavista, él y sus amigos conversan acerca de las cuestiones que aquejan a la sociedad napolitana, en particular modo a los jóvenes, como lo son la droga y la falta de empleo. De hecho, Saverio, con tono compungido y sentido crítico, refiere al grupo de camaradas lo siguiente:

Saverio: -Sentite, professo'! Io non so se sbaglio, ma secondo me è tutto colpa della droga!... Salvato', tu nun hai idea, io la mattina quando scopo 'e siringhe che me trovo 'mmiezzo 'a mmunnezza, professo'! Figuratevi che all'inizio non mi rendevo conto e allora pensavo 'ma quanta gente sta malata cca' a Napule!?' e invece poi, dopo, ho capito... Professo'! Professo'! Sono i giovani d'oggi Salvato'! I giovani di oggi ca si fanno 'e siringhe di marijuana! Tu he capito?... Ma comunque cert' è professo', che qua, secondo me, il fenomeno è preoccupante! Professo', aggio saputo che vicino a Frattamaggiore ce sta 'nu preveto che ha aperto... un locale... insomma, un colleggio per drogati, ecco! Dice che là, nient'e meno, se li pigliano, li curano, e gli danno 'a mangià e poi gli trovano pure un posto!... Figuratevi che io ce so iuto pe' parla' 'e Carmine mio fratello, ca vuie 'o sapite, chillo puverello è disoccupato... 'o preveto ha ditto 'no, dev'essere drogato originale! Deve tenere i pertusi sennò nun 'o vulimme!' Io c'aggio itto pure a Carmine 'Vottete pe' terra, fa coccosa!' Ammo fatto pure 'e prove, Professo'... a casa chillo s'è sbattuto... nun ce riesce pecché è nu bravo guaglione, avete capito, nun è cosa soia...⁹³ (Orfini & Bolles, 1984)

En este pasaje podemos apreciar de qué modo la tesis de Saverio está fundada en hechos prácticos de la realidad cotidiana que él mismo puede observar mientras se desempeña como barrendero. El relato también hace referencia a la experiencia personal que tuvo en un centro de rehabilitación de adictos, cuando pidió un trabajo para Carmine. Es más, la desesperación por ayudar a su hermano desempleado llega a su punto máximo cuando Saverio lo incita a consumir sustancias ilegales para que lo acepten como paciente en el instituto de recuperación y, de esa manera, pueda acceder finalmente a un puesto de trabajo. En definitiva, tal como hemos dicho en otra oportunidad, los productos culturales,

⁹³ “Saverio: -¡Escúcheme, profesor! Yo no sé si me equivoco, pero en mi opinión, ¡todo es culpa de la droga!... Salvatore, vos no tenés idea, yo a la mañana mientras barro encuentro jeringas en medio de la basura, ¡profesor! Imagínense que al principio yo no me daba cuenta y pensaba: ‘¡Pero cuánta gente enferma hay aquí en Nápoles!’ y en cambio después comprendí... ¡Profesor! ¡Profesor! ¡Son los jóvenes de hoy, Salvatore! Los jóvenes de hoy que se drogan con marihuana ¿Entendés?... De todos modos es cierto, profesor, que aquí, para mí, el fenómeno es preocupante. Profesor, supe que cerca de Frattamaggiore hay un cura que abrió... un local... en definitiva, un instituto para drogadictos, ¡eso! Dice que allí, nada más y nada menos, los reciben, los cuidan, les dan de comer ¡y hasta les encuentran un trabajo!... Imagínense que yo fui para hablar de mi hermano Carmine, que, como ustedes saben, el pobrecito está desocupado... Y el cura ha dicho ‘¡No, debe ser un drogadicto genuino! Debe tener el vicio, si no, ¡no lo queremos!’. Yo le dije a Carmine: ‘¡envíciate, hacé algo!’ Inclusive hemos hecho la prueba, profesor... en casa él se desvivió, pero no consigue drogarse porque es un buen chico, ¿entienden? No es algo para él...” (La traducción es de la autora).

además de entretener, representan y dan a conocer viejos conflictos cotidianos de las sociedades (Pérez Serrano, 1984) como lo son, en este caso, el desempleo y la droga. No obstante, los juicios de valor negativos que la memoria colectiva posee sobre el grupo de los napolitanos aquí son puestos en jaque gracias al rol que detenta el cine como «mecanismo de producción de sentidos» (Lotman, 1999), pues hace referencia a dos subgrupos: el de los jóvenes napolitanos que se drogan y por consiguiente, no trabajan (lo cual responde a las expectativas de los espectadores) y aquellos que intentan iniciarse en la adicción para conseguir trabajo. Así, transgrediendo la *doxa*, el texto audiovisual intenta deconstruir el estereotipo del joven napolitano drogadicto llevando la acción al límite de lo absurdo, acción que plasma la desesperanza real de la juventud que desea y no puede progresar.

6.5.2 Los efectos alucinógenos de las drogas (*La fame e la sete*, 27:26 - 27:33; 01:21:52 - 01:22:21).

Alex se dirige hacia un centro *new age* en las afueras de la ciudad con el fin de conocer a *zu* Alfio, la persona a quien su padre Leonardo decidió dejar en herencia los bienes familiares. Furibundo por sus frustrados intentos de conocer al esquivo jefe de la comunidad mística, uno de los asistentes le propone hacer un ejercicio para que se calme y encuentre su paz interior. Así, el hermano de Ivo se somete a las preguntas y a los pedidos desopilantes de los miembros del grupo. Justamente esta situación lo exaspera aún más, a tal punto que interpela a las personas: *potete dare anche a me delle sostanze uguali?*⁹⁴ (Cecchi Gori & Rusic, 1999), haciendo referencia a una integrante que imita serenamente una melodía y permanece ajena a ese contexto, tanto bizarro como tenso.

En otra de las escenas del filme, Alex hace una réplica similar dirigiéndose a su madre cuando desaparece el carruaje que transporta el féretro de Leonardo. María advierte a sus familiares de lo acontecido, mas su hijo, incrédulo, mantiene la siguiente conversación con ella:

Maria: -Venite, correte, correte!! Rosa, Alex, Alex, Rosa! Leonardo se n'è andato, è scappato!

Alex: -Ma chi mamma?

Maria: -Tuo padre!

*Alex: -Mamma, ti hanno dato delle sostanze alcoliche, ti hanno dato delle droghe variate?*⁹⁵ (Cecchi Gori & Rusic, 1999)

⁹⁴ “¿Pueden darme a mí también las mismas sustancias?” (La traducción es de la autora).

⁹⁵ “María: -¡Vengan, corran, corran!! ¡Rosa, Alex, Alex, Rosa! ¡Leonardo se fue, se escapó! Alex: -¿Quién mamá? María: -¡Tu padre! Alex: -Mamá, ¿te dieron sustancias alcohólicas, te dieron un cóctel de drogas?” (La traducción es de la autora).

En ambas escenas, las alocuciones de Alex Drastico ponen en evidencia la naturalización del estereotipo de los meridionales como **consumidores de drogas**, pues intenta comprender que tanto el estado de abstracción de la mujer del centro *new age* como el comportamiento insensato de la madre responden al consumo de sustancias ilegales. En definitiva, el director Antonio Albanese matiza la realidad social lacerante recurriendo al humor y a la ironía (Eco, 1987), al mismo tiempo que se propone dar a conocer a los espectadores los efectos provocados por las drogas. De hecho, como vimos anteriormente, el cine de comedia se nutre desde sus albores de evocaciones ya presentes en la *commedia dell'arte* y la *commedia all'italiana*, dado que su finalidad no es solo entretener y divertir, sino criticar y develar problemáticas socioculturales.

6.5.3 La cocaína (*Benvenuti al Sud*, 01:03:25 - 01:04:50).

Luego de que Mattia protagonizara un escándalo callejero con el amigo de Maria a causa de su carácter celoso e irritable, Alberto decide hablar con él para aconsejarlo acerca de las decisiones que sería conveniente que tomara para encauzar su vida sentimental. Recordemos que el director de la oficina postal está convencido de que su empleado consume cocaína, pues lo ha observado en diferentes situaciones comprometedoras. A continuación proponemos la transcripción de la conversación que ambos mantienen:

Alberto: -Signor Volpe...

Mattia: -Direttore, che ci fa qua, volete mettermi un'altra nota?

Alberto: -Mattia, perché non ci parla con sua madre.

Mattia: -Con mamma? E perché?

Alberto: -Ho parlato con Maria, mi ha raccontato tutto.

Mattia: -Direttore, ma perché no vi fate i fatti vostri?

Alberto: -Va bene, allora mi faccia almeno il piacere di comportarsi correttamente durante le ore di lavoro. Non è con la cocaina che si risolvono i problemi personali. Mattia: -Ma quale cocaina?

Alberto: -Ma non faccia l'ingenuo, quella che Lei assume tutte le mattine quando va a fare le consegne, l'ho visto in ufficio quando apriva quella busta, su!

Mattia: -Direttore, è la polvere dei fuochi!⁹⁶ (Chimenz et al, 2010)

⁹⁶ “Alberto: -Señor Volpe... Mattia: -Director, ¿qué hace por aquí? ¿Quiere hacerme otro apercebimiento? Alberto: -Mattia, ¿por qué no habla con su madre?. Mattia: -¿Con mi madre? ¿Y por qué? Alberto: -Hablé con Maria, me contó todo. Mattia: -Director, ¿pero por qué no se ocupa de sus asuntos? Alberto: -Bien, entonces por lo menos hágame el favor de comportarse correctamente durante las horas de trabajo. Con la cocaína no se resuelven los problemas personales. Mattia: -¿Pero cuál cocaína? Alberto: -¡Pero no se haga el distraído!, la que usted toma todas las mañanas cuando va a hacer el reparto, lo he visto en la oficina cuando abría ese sobre, ¡vamos! Mattia: -Director, ¡es la pólvora de los fuegos artificiales!” (La traducción es de la autora).

Tal como dijimos antes, los estereotipos requieren poca información para convalidarlos y mucha información para desnaturalizarlos (Tajfel, 1984). Del mismo modo, las imágenes mentales están cargadas emotivamente, y más aún, la emoción cumple un rol regulador de lo cognitivo. Pese a ello, en este fragmento podemos apreciar que el estereotipo de **meridional drogadicto** que Alberto mantiene respecto de Mattia -y que creyó reconfirmar en por lo menos dos oportunidades-, se deconstruye frente a una evidencia contundente e irrefutable: el polvo blanco no es cocaína, sino el explosivo que emplea para hacer los espectáculos de fuegos artificiales en la playa.

6.6 El racismo.

6.6.1 La percepción meridional acerca de los septentrionales (*Così parlò Bellavista*, 1:25:44 - 1:26:40).

El profesor Bellavista se lamenta del desorden provocado por la llegada al edificio del Doctor Cazzaniga, pues desde su arribo ha realizado algunos cambios que han incidido directamente en sus hábitos cotidianos. En primer lugar, el inquilino milanés hizo quitar un cable de la antena del televisor del profesor porque cuando había viento golpeaba contra la ventana y esto le molestaba. En segundo lugar, se ocupó de que cambiaran los números de las casillas postales haciéndolos coincidir -como se espera que suceda si se respetan las normas de la lógica- con los números de los departamentos. En consecuencia, ahora Gennaro no puede revisar su buzón y monta en cólera. Salvatore, el portero que tiene a su cargo las relaciones públicas y el pago de impuestos, intenta calmarlo refiriéndole las extrañas costumbres que tienen los vecinos milaneses. Aquí presentamos el diálogo entre ellos donde se refleja la actitud enojosa del profesor y la justificación del portero:

Bellavista: -Stu' Cazzaniga! Me è capito che mi ha cagnato la casetta! Salvatore, sono 30 anni che io ho la prima casetta a sinistra! Lo sa tutto il palazzo! Mo arriva Cazzaniga e mi mette lo scompiglio nella vita! Mi sposta l'antenna! Mi sposta la casetta!

Salvatore: -Vi sposta la nervatura!

Bellavista: -E chest'è!

Salvatore: -Ma voi non vi dovete arrabbiare professò!

Bellavista: -E vabbene.

Salvatore: -Quello non è gente come noi! Quello è n'ata razza! Se bevono il tè!

Bellavista: -Sì, sì...

Salvatore: -E non è che lo bevono per far vedere agli altri, pure quando stanno soli... le piace!⁹⁷ (Orfini & Bolles, 1984)

⁹⁷ “Bellavista: -¡Este Cazzaniga! ¡Lo que sucedió es que me cambió la casilla! ¡Salvatore, hace 30 años que yo tengo la primera casilla a la izquierda! ¡Lo sabe todo el edificio! ¡Hasta que llega Cazzaniga a joderme la vida! ¡Me cambia de lugar la antena! ¡Me cambia de lugar la casilla! Salvatore: -¡Le cambia el

Como bien podemos advertir, en el discurso de Salvatore y Bellavista se pone de manifiesto una de las funciones sociales de los estereotipos, como lo es el modo en que ambos defienden la identidad positiva de su grupo de pertenencia (Tajfel, 1984, Huici, 1999). De hecho, en este fragmento se entrelazan estereotipos propios positivos y estereotipos ajenos negativos que reflejan el «favoritismo endogrupal», pues el grupo al cual pertenecen los partenopeos es presentado destacando sus virtudes y minimizando sus defectos y, por el contrario, el grupo de los ambrosianos es descrito en términos peyorativos y minimizando sus cualidades positivas. Los napolitanos están convencidos de que sus reglas no escritas -aunque ajenas a cualquier razonamiento- son las más apropiadas por el hecho de ser respetadas y aceptadas tácitamente por la vecindad, aunque el integrante del exogrupo posea comportamientos más refinados, como es el hecho de preferir el consumo de té en lugar de café. En la escala de valores de la sociedad meridional, sigue siendo más trascendental consumir lo primero que lo segundo.

6.6.2 El comportamiento racista de Ivo I (*La fame e la sete*, 52:21 - 53:49).

Durante el viaje a Sicilia, Ivo se comunica telefónicamente con su madre y, aunque se trata de un momento triste y delicado, no pierde oportunidad para recriminarle la pérdida de tiempo y el gasto en que incurre para ir al funeral. Ivo le pide a Maria hablar con su hermano Alex, pero ella le responde que no se encuentra en la casa y que la muerte del padre lo ha afectado moralmente. Ivo agrega que a él también lo ha perjudicado, pero económicamente, dado que por esos días corre el riesgo de perder a un importante inversor inglés. Cuando concluye la conversación telefónica con Maria, Ivo le cuenta a Cristina -la estudiante que lo acompaña en el viaje- que él y su hermano son caracterialmente muy diferentes:

Ivo: -Veda, mia cara signorina, io ho un fratello che non fa un cazzo, è tutta la vita che non fa un cazzo, non ci assomigliamo per niente! Lui è un tutto straniero, un mulato, un extra, capisce?

Cristina: -Ma come mai questi insulti? Non ce l'ha mica con gli stranieri!?

Ivo: -Diciamo che nel calcio gli stranieri mi stanno bene, anche in fabbrica, per il resto non ce l'ho con nessuno, non mi stanno bene e basta!

Cristina: -Lei è un po' razzista.

humor! Bellavista: -¡Esto pasa! Salvatore: -¡Pero usted no se tiene que enojar, profesor! Bellavista: -Bueno... Salvatore: -¡Esa no es gente como uno! ¡Son de otra raza! ¡Si hasta toman té! -Bellavista: Sí, sí... Salvatore: - Y no es que lo toman para hacerse ver, también lo toman cuando están solos... ¡les gusta!" (La traducción es de la autora).

Ivo: *-Cos'è? E' un complimento? Cerca di farmi un complimento?*⁹⁸ (Cecchi Gori & Rusic, 1999)

En el pasaje transcrito se alude al estereotipo de **meridional haragán** y pusilánime, en contraposición al **septentrional trabajador y emprendedor**. Al mismo tiempo, se pone de manifiesto **el rol defensivo** que adquieren los estereotipos, pues, mediante los mismos Ivo afirma su identidad, la defensa de su *statu quo* y transmite la cosmovisión que tiene del mundo.⁹⁹ (Lippmann, 1922/2003; Tajfel, 1984). En efecto, el empresario es un siciliano menesteroso que emigró al norte de Italia e hizo fortuna. En su nueva vida, adopta las conductas y cualidades representativas del exogrupo para ser aceptado e integrado socialmente: trabaja con ahínco en su propia empresa, se esmera en el cuidado de su aspecto físico, tiene gustos extravagantes y es avaro y racista, rasgos que, por lo general, la conciencia colectiva asocia con el perfil identitario del italiano del norte.

6.6.3 El comportamiento racista de Ivo II (*La fame e la sete*, 01:00:51 - 01:02:28).

Ivo y Cristina interrumpen su marcha hacia el sur e ingresan a un bar para comer y descansar un momento. Mientras cenan y conversan, se produce un pequeño incidente con un camarero latinoamericano que provoca la ira de Ivo: al mozo se le cae una copa sobre su plato y el empresario le propina insultos, demostrándole todo su desprecio. A continuación presentamos el diálogo de la secuencia descripta:

Ivo: -Ostia!

Cameriere: -Perdóname, perdóname mucho!

Ivo: -Eh, perdóname mucho no, ostia! Perdóname mucho, ma va a ciapal so, perdóname mucho... Che lingua è quella lì?

Cristina: -Spagnolo.

Ivo: -Spagnoli di merda!

Cristina: -Lei è veramente una cosa... Lei odia tutto ciò che non è uguale a lei, tutto ciò che non è italiano!

⁹⁸ “Ivo: -Mire, querida señorita, yo tengo un hermano que no hace un carajo, desde que nació nunca hizo un carajo, ¡no somos parecidos en lo más mínimo! Él es todo un extranjero, un mulato, un extracomunitario, ¿entiende? Cristina: -¿Pero por qué todos estos insultos? ¿Acaso no le molestarán los extranjeros, no? Ivo: -Digamos que en el fútbol están bien, también en la fábrica, por lo demás no me molestan, no me caen bien, eso es todo. Cristina: -Usted es un poco racista. Ivo: -¿Qué es? ¿Es un halago? ¿Busca halagarme?” (La traducción es de la autora).

⁹⁹ La posición que los grupos ocupan en la sociedad queda bien definida. Por un lado, Ivo pertenece a un estrato social alto del colectivo septentrional, mientras que coloca a su hermano Alex como un integrante más del grupo de los extracomunitarios, una categoría social menoscabada en Italia, dadas sus condiciones precarias de vida. Particularmente, Ivo acepta a los extranjeros como obreros de su fábrica porque constituyen mano de obra económica.

Ivo: *-No, è diverso, io odio tutto quello che non è del nord.*¹⁰⁰ (Cecchi Gori & Rusic, 1999)

Aquí observamos que Cristina se sorprende por el grado de xenofobia que siente Ivo, no solo hacia quien es extranjero, sino además hacia todo aquello que no pertenece a su endogrupo. Esta interpretación de Antonio Albanese refleja el fenómeno dinámico de la transculturación (Bueno Chávez, 2010). Ivo reniega de sus orígenes meridionales, lo cual provoca, como hemos podido apreciar a lo largo del texto fílmico, que realice de modo selectivo y consciente no solo cambios estructurales (aspectos materiales, organizativos), sino también internos (espirituales, actitudinales). El cine cómico, recurriendo a un tipo de humor punzante y a la creación de un personaje con las características de Ivo Perego, revela irónicamente tipos de discriminación hacia la alteridad fundadas en estereotipos negativos y naturalizadas en las sociedades. Así, por un lado, el italiano del norte rechaza a los extranjeros y del mismo modo tampoco acepta a los meridionales (si bien en sus orígenes él es uno de ellos y de una u otra forma él es y ha sido segregado). Sin embargo, tal repulsión se explica por la necesidad de abrazar la identidad septentrional de la que ahora forma parte en pos de alcanzar sus metas.

6.6.4 La concepción racista septentrional acerca de la coyuntura meridional I (*Benvenuti al Sud*, 13:39 - 15:20).

Alberto, antes de partir hacia Castellabate, desauiciado y angustiado, le consulta a su coterráneo, el presidente del selecto grupo de la *Accademia del Gorgonzola*, cómo es la calidad de vida en el sur. Mientras se preparan para saborear una refinada preparación sibarita, ambos mantienen la siguiente conversación:

Maestro: -E la bassa Italia è la gran brutta cosa. Io lo so perché mia madre, quando ero piccinino, quando io ero piccolo, si faceva ciulare da un terùn.

Alberto: -Come?

Maestro: -Sì, terrone, no? Poi il problema lì è che sono tutti terroni e parlano solamente il terùn, capito? e tu non capisci niente. Quando credi di aver capito qualcosa capisci che ti stanno prendendo per il ciapp, capito? Perché davanti tutti gentili, buoni... sono palle, sono tutti camorristi e basta! E perché di più io soffrivo il caldo lì.

Alberto: -Fa caldo?

¹⁰⁰ “Ivo: -¡Caramba! Mozo: -¡Perdóname, perdóname mucho! Ivo: -Eh, perdóname mucho no, ¡caramba! Perdóname mucho, ¡pero volvete al sur!, perdóname mucho... ¿Qué lengua es esa? Cristina: -Español. Ivo: - ¡Españoles de mierda! Cristina: -Usted es realmente una cosa... ¡Usted odia todo lo que no es igual a usted, todo lo que no es italiano! Ivo: -No, es diferente, yo odio todo lo que no es del norte” (La traducción es de la autora).

Maestro: -D'inverno non ancora, ma d'estate più sale sale sale a 30, 40 gradi, uei. Ora dici va be', tanto ora arrivo a casa fa più fresco e che più di 50 gradi.

Alberto: -Fa più caldo dentro che fuori?

Maestro: -Sì, perché poi sono quelle case di merda fatte su con l'amianto 30 anni fa quando c'è stato il terremoto.

Alberto: -Ma come si vive?

Maestro: -Eh... è molto dura perché chi vive bene sono quelli che vivono con la camorra, loro stanno bene, mentre tutti gli altri sono poveracci. Come dicono 'Vedi Napoli e poi muori', muori ammazzato perché o ti prendi due giorni di colera con le cose che ti fanno mangiare o magari una bell'epidemia di tifo con tutta l'immondizia che c'è in giro... una schifezza!¹⁰¹ (Chimenz et al, 2010)

El séptimo arte -por las razones desglosadas previamente (Altman, 2000; Seger, 2000)- enfatiza múltiples dicotomías en la construcción de los personajes, tanto caracteriales como aquellas inherentes a los rasgos geográficos y climáticos de las regiones y a las costumbres de los italianos norteños y sureños, tales como: racionalidad ≠ impulsividad, progreso ≠ retraso; niebla ≠ sol; tierra ≠ mar. Más precisamente, del discurso del maestro de la *Accademia del Gorgonzola* se infiere que los italianos meridionales son malhablados, poco educados, embaucadores, falsos, pobres y camorristas, además de que en el sur se sufre mucho por el calor agobiante y existe la alta probabilidad de contraer alguna enfermedad por dos motivos principales: la inmundicia existente por doquier y la comida deliciosa y abundante mas poco saludable. Del mismo modo, en esta secuencia dialogada se pone en juego una vez más la función social del estereotipo relacionada con el mantenimiento de la imagen positiva del endogrupo (Tajfel, 1984). En efecto, el camarada de Alberto, cual integrante del grupo de los septentrionales, al describir despectivamente los rasgos identitarios del exogrupo, se adjudica tácitamente a sí mismo las peculiaridades opuestas que se desprenden naturalmente de la contraposición nosotros ≠ ellos. De esta manera, autoafirma positivamente su pertenencia al grupo, a la vez que acentúa las

¹⁰¹ “-Maestro: Y la Italia de sur es algo muy feo. Yo lo sé porque mi madre, cuando era chiquito, cuando era pequeño, tenía un amorío con un *terrone*. -Alberto: -¿Cómo? -Maestro: -Sí, *terrone*, ¿no?. El problema es que allí son todos *terroni* y hablan solamente el *terùn*, ¿entendés? y uno no entiende nada. Cuando creés que entendiste algo, te das cuenta de que te estaban tomando el pelo, ¿entendés?. Porque aparentemente son todos gentiles, buenos... son mentiras, ¡son todos camorristas y nada más! Y además yo allí padecía el calor. Alberto: -Es caluroso? Maestro: -En invierno todavía no, pero en verano sube, sube, sube a 30 o 40 grados, ¡ojo!. Después decís, está bien, total ahora llego a casa y está más fresco y hace más de 50 grados. Alberto: -¿Está más caluroso adentro que afuera? Maestro: -Sí, porque son esas casas de porquería construidas con amianto hace treinta años cuando hubo un terremoto. Alberto: -¿Pero cómo se vive? Maestro: -Y... es muy dura la vida porque quien vive bien son los que viven con la camorra, ellos están bien, mientras que todos los demás son pobrecitos. Como dicen 'Ves Nápoles y después morís', morís asesinado porque o te agarrás dos días de cólera con las cosas que te hacen comer o quizá una linda epidemia de tifus con toda la inmundicia que hay por todos lados... un asco” (La traducción es de la autora).

diferencias identitarias culturales que lo separan del grupo otro (Giménez, 1993; Cuche, 1996/2002).

6.6.5 La concepción racista septentrional acerca de la coyuntura meridional II (*Benvenuti al Sud*, 15:36 - 17:19).

Alberto Colombo, pronto a partir hacia Castellabate, se despide de su familia. Su esposa Silvia, fiel a sus convicciones prejuiciosas, le refiere a su marido consejos prácticos de estampa discriminatoria, tal como apreciamos en la siguiente conversación:

Chicco: -Papá, questo è per te.

Alberto: -Cos'è?

Chicco: -Una trappola per topi così i topi non ti mangiano i piedi.

Silvia: -E' protezione 50, mettitelo soprattutto... Cosa fai, ma sei matto? Tieni l'orologio al polso?

Alberto: -Perché?

Silvia: -Come perché? Magari per prenderlo ti...

Alberto: -Madonna, è vero, stupido! Anche questa? E' vero, tieni.¹⁰² (Chimenz et al, 2010)

En el texto oral transcrito se retoman y refuerzan los estereotipos de la escena anterior. De hecho, la trampa para ratas, el protector solar y el despojarse de los accesorios también están relacionados con la suciedad, el clima abrasador y los hurtos, respectivamente. Tal como hemos podido apreciar, en el regalo que Chicco le entrega a su padre antes de que emprenda el viaje se plasman las influencias que él ha adquirido por las conductas racistas de su madre y han sido vehiculizadas por ella al resto de los integrantes de la familia, pues mediante su accionar, acrecienta la actitud racista de su marido e hijo. En suma, en las últimas dos secuencias de acción analizadas es importante recordar el rol que cumplen tanto el círculo de amigos como el grupo familiar cual dispositivos de transmisión de estereotipos (Bar-Tal, 1994).

7. Alocuciones y estereotipos.

Tal como indicamos con anterioridad, los atributos físicos y psicosociales de algunos personajes son reforzados, o acaso complementados, por las alocuciones de otros. Notamos que el cine de humor, cuando recrea discursivamente el conjunto de rasgos que

¹⁰² “Chicco: -Papá, esto es para vos. Alberto: -¿Qué es? -Chicco: Una trampa para ratas, así las ratas no te comen los pies. Silvia: -Tiene protección solar de 50, ponétela sobre todo... ¿Qué hacés? ¿Pero estás loco? ¿Llevás el reloj? Alberto: -¿Por qué? Silvia: -¿Cómo por qué? Tal vez para robártelo te... Alberto: -Dios mío, es verdad, ¡qué estúpido! ¿El anillo también? Es cierto, guardámelo” (La traducción es de la autora).

definirán a los personajes, se basa en un fenómeno de características opuestas. En efecto, los estereotipos son positivos o negativos, dependiendo de la idea benévola o adversa con la que se asocia a una persona miembro del exogrupo y la consideración social que el endogrupo le otorga a ese concepto, carácter o hábito. En este orden de ideas, los textos atribuyen a la cultura septentrional numerosos estereotipos positivos y escasos negativos, mientras que define la idiosincrasia meridional adjudicándole en su mayoría connotaciones desfavorables y ciertas cualidades nobles.

A continuación, presentamos en la figura 9 los estereotipos socioculturales septentrionales y meridionales vehiculizados a través de los personajes:¹⁰³

ESTEREOTIPOS SOCIOCULTURALES			
Septentrionales		Meridionales	
positivos	negativos	positivos	negativos
amable	pesimista	alegre	maleducado
pulcro	racista	altruista	sucio
empresedor	ambicioso	optimista	informal
trabajador	individualista	cálido	desgarbado
serio	adusto	tradicionalista	pusilánime
responsable	apático	gregario	haragán
puntual			desaprensivo
perfeccionista			impuntual
criterioso			mafioso
mesurado			delincuente
pretencioso			modesto
racional			drogadicto
civilizado			básico
culto			analfabeto
pudiente			vulgar
decente			pobre
estoico			violento
educado			embaucador
profesional			conformista
competente			corrupto
íntegro			malhablado
progresista			desempleado
diligente			ignominioso
estresado			distendido
elegante			locuaz
hábil			gesticulador
noble			torpe

Figura 9. Estereotipos socioculturales difundidos por las películas analizadas

¹⁰³ Los rasgos no necesariamente están sistematizados en binomios opuestos.

En la figura 10 ponemos de manifiesto la relación proporcional referida a los estereotipos socioculturales **positivos** y **negativos** que las tres comedias atribuyen a los sujetos septentrionales y meridionales con el fin de ilustrar y facilitar la comprensión de los conceptos expuestos:

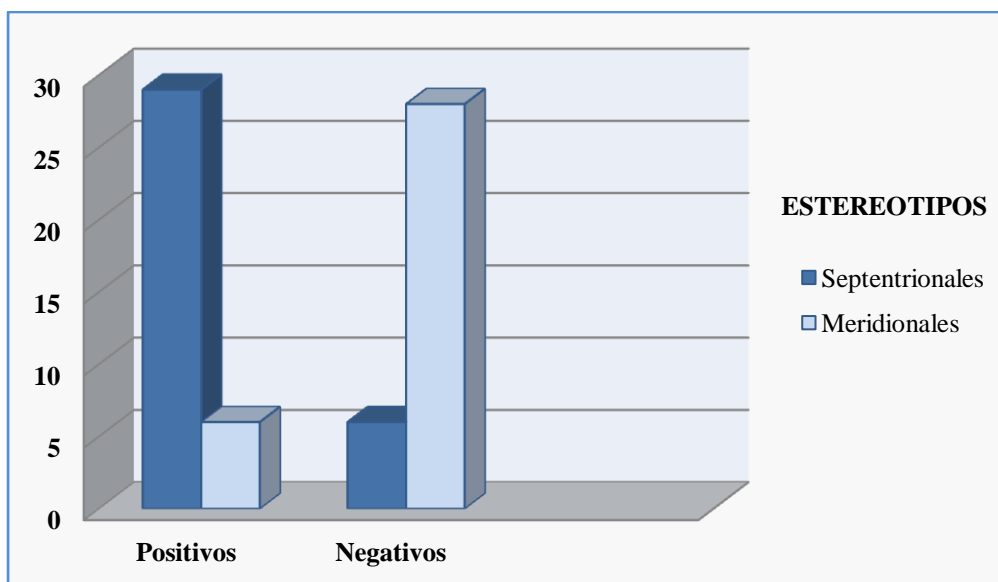


Figura 10. Estereotipos positivos y negativos atribuidos a italianos septentrionales y meridionales

8. Conclusiones parciales

Recapitulando las estimaciones aquí vertidas, podemos afirmar que tanto en las tramas argumentales de los filmes como en la recreación de las peculiaridades fisonómicas y psicosociales de los personajes y sus expresiones verbales, la comedia cinematográfica italiana responde en líneas generales a una caracterización tópica de los mismos. De hecho, remitiéndonos a las historias narradas y las alocuciones analizadas constatamos que los personajes septentrionales apuestan por un estilo de vida basado en un modelo estoico, eudemónico, pues conciben la felicidad y la buena vida en función de la plena realización del propio potencial, mientras que los meridionales optan por abrazar un enfoque epicúreo, hedónico, que define la dicha en función de la búsqueda del placer y la evasión del dolor. Sin embargo observamos además que, en ocasiones, el aspecto físico permite al espectador intuir la personalidad y las conductas del sujeto narrativo y, en otras, desafía imágenes estereotipadas de la sociedad. En efecto, hemos cotejado que las comedias tienden a presentar al ciudadano septentrional como un ser **ambicioso, individualista, parco,**

racista pero a su vez, **noble** y **servicial**, mientras que representan al meridional como **violento, mafioso, torpe, ocioso** mas al mismo tiempo **docto** y **trabajador**. Creemos que esta ambigüedad básica intenta romper con lo esperado (ya que las «pistas» pueden, en realidad, «despistar», «desdecirse», plasmarse en sentido contrario al que sugieren los estereotipos), opera como eje permanente no solo de expresión narrativa sino de reflexión identitaria, puesto que cumple o defrauda sólidas expectativas socialmente instaladas. Los estereotipos funcionan, de esta manera, como una especie de metalenguaje que deja en suspenso sus significados últimos, que hace depender de cada giro de la trama no una, sino varias resoluciones posibles, ayudando, por una parte, al desenvolvimiento dramático de la historia y por otra, proporcionando una imagen del propio espectador, un reflejo, un señalamiento hacia la propia e idiosincrásica manera de resolver no sólo las expectativas puestas en juego por la trama de una película, sino también los acontecimientos de la vida cotidiana, real y palpable.

Decimos metalenguaje en sentido lato: es decir, se trata de una argumentación razonada acerca del lenguaje de los estereotipos, o por encima de dicho lenguaje, y a partir de él. Es una hiperreflexión, pero de ninguna manera se trata de algo conclusivo; simplemente, este metalenguaje necesita la base sobre la cual se pronuncia para enunciar sus problemas, sus intrigas; y para plantear otras nuevas y posibles inquisiciones al respecto de las cuales el lenguaje estereotípico se agota, o es insuficiente, o simplifica demasiado, cerrándose así a la tarea fundamental de todo lenguaje, que es «dar cuenta» de la realidad, haciendo lo posible por unificarla, por dejar de dividirla en partes que, por comodidad o interés, quedan repentinamente subsumidas a una ideología o una idiosincrasia.

CONCLUSIONES

1. Reflexiones finales

En la presente sección exponemos una síntesis del estudio llevado a cabo partiendo de la recapitulación de las categorías teóricas que nos propusimos analizar. Asimismo, planteamos un entrecruzamiento dialógico entre los resultados hallados más representativos y los interrogantes y objetivos que guiaron nuestro trabajo.

El estereotipo, funciona, sin dudas, como un concepto subjetivo que descansa en ideas preconcebidas y modela las opiniones que nos formamos de los demás, pues el rol primordial que detenta es el de guiar las expectativas de los grupos sociales, es decir, determina qué es lo que esperamos unos de otros y cómo nos vemos unos a otros. Justamente, entre sus funciones individuales y sociales, señalamos la predictibilidad de las conductas, la economía cognitiva, la simplificación, el orden de nuestro medio social, la facilitación de la integración, la justificación de los actos realizados contra miembros del exogrupo y el mantenimiento de una diferenciación positiva del endogrupo. Merced a estas facultades, el estereotipo se exhibe como un objeto transversal de la reflexión contemporánea que traspasa la *doxa*, el vínculo con el Otro y la categorización y posibilidad estudiar las interacciones, la relación de los discursos con los imaginarios y - particularmente en el abordaje de nuestro estudio- el nexo entre el lenguaje cinematográfico y la identidad italiana.

En el primer apartado del capítulo I, mediante la revisión bibliográfica efectuada, observamos la evolución socio-histórica del término «estereotipo», establecimos una delimitación conceptual del mismo y ofrecimos un panorama amplio acerca de los diferentes enfoques teóricos para explicar y comprender el fenómeno de la estereotipia y su importancia en la elaboración de la identidad social de los individuos, así como también su incidencia en las relaciones con la alteridad. Nos focalizamos en la transición conceptual de su bivalencia constitutiva a partir de su noción como una idea de carácter esquemático, simplificador y preconstruido, vinculado al prejuicio y a las tensiones sociales entre los grupos, hasta la consideración predominante actualmente, que la ubica en el centro de la reflexión sobre la identidad y la cognición social, línea a la cual adherimos. En consecuencia, distinguimos una primera etapa del fenómeno de la estereotipia en la que el énfasis se concentra en el análisis de contenido, una segunda, cuyo interés reside en el

proceso de estereotipación, y una tercera, en la cual se retorna al análisis de contenido y a su función social constructiva.

Igualmente, a medida que revisamos la literatura sobre la estereotipia, fuimos ilustrando aspectos teóricos cardinales con ejemplos escénicos tomados de los textos, así como también ofrecimos a modo de *excursus* la diferenciación entre los conceptos de «estereotipo», «*cliché*» y «representaciones sociales», determinamos su relación con el «prejuicio» y la «discriminación» y propusimos nuestra propia definición de «estereotipo sociocultural».

En el segundo apartado procedimos a elaborar una síntesis de conceptos teóricos considerados clave para comprender el fenómeno de la estereotipia, puesto que en ella están implicados sujetos portadores de identidades y valores culturales propios. Naturalmente, a través de la historia, la identidad cultural de un pueblo se modifica y se redefine incesantemente, adaptándose a nuevas situaciones determinadas por el contacto con culturas diferentes. De este modo, cultura, identidad y alteridad constituyen un núcleo compacto a partir del cual el individuo construye constantemente su propia identidad cultural y se conoce y reconoce a partir de la confrontación, la relación y el intercambio que establece con un Otro. En el caso específico de la península itálica, la conformación de su **identidad nacional** es difícilmente perceptible, pues, como oportunamente subrayamos, tiene sus orígenes en una Italia dividida regional y socialmente, sometida en algunos períodos al dominio extranjero y en otros a luchas internas. En efecto, factores como la ausencia de un pasado geopolítico unificado, su fragmentación lingüística y cultural y la existencia de fuertes sentimientos regionales y locales en el ámbito popular influyeron en la disgregación Norte-Sur del país, en tanto que la **identidad cultural italiana**, vale decir, los rasgos físicos y psicosociales que comparten los italianos y que los caracterizan de manera singular en Italia y el mundo, es claramente ostensible. Como bien hemos podido advertir, dicha fragmentación se refleja en los textos audiovisuales analizados a través de los personajes antagónicos y la sucesión de acciones circunstanciales con las que deben lidiar.

En el último apartado del capítulo I nos abocamos a señalar aspectos fundamentales del «séptimo arte» como un medio de comunicación y expresión artística a través del cual fluye la comunicación de novedosas cosmovisiones. Fundamentamos que el recurso a personajes estereotipados en la cinematografía cómica actual es una de las reminiscencias heredadas de la *commedia dell'arte* y la *commedia all'italiana*, caracterizadas por un

humor mordaz con vocación de entretenimiento y denuncia social. Más aún, la utilización de modelos encasillados en estereotipos socioculturales es habitual en relatos que ponen en tensión categorías socialmente compartidas y reproducidas a lo largo del tiempo. Precisamente, la pieza fundamental de la cinematografía la constituye el personaje, puesto que es quien se subordina a la transmisión de un mensaje, quedando a merced del relato. Es por ello que, en la construcción de los sujetos narrativos, el cine atribuye a estos rasgos reconocibles, que definen su pasado y sus motivaciones presentes y futuras las cuales, a su vez, justificarán las acciones a desarrollarse a lo largo de la historia contada.

En esa atribución de caracteres, el uso de estereotipos constituye un recurso esencial para recordar-reiterar atributos acerca del perfil identitario de determinados grupos sociales, con el objeto de que el espectador los reconozca con inmediatez, por tratarse, desde luego, de creencias cristalizadas ampliamente difundidas entre el auditorio.

En el capítulo II explicamos la metodología empleada para el desarrollo de nuestro análisis. Coherente con los lineamientos de la metodología cualitativa, una vez finalizado el visionado de los textos, analizamos y describimos en profundidad los datos recabados mediante la aplicación de tres fichas ideadas y adaptadas especialmente a tal fin, ajustándonos a los criterios cualitativos del análisis de contenido, con el propósito de identificar temas, caracterizar personajes y pautar recurrencias verbales estereotipadas.

El capítulo III, organizado en tres niveles principales correspondientes a cada una de las unidades de codificación, presenta una reseña de los resultados del análisis. En una primera instancia, pusimos de manifiesto los datos técnicos y las sinopsis de los textos audiovisuales. Seguidamente, expusimos una descripción de las configuraciones identitarias físicas, psíquicas y sociales de los personajes septentrionales y meridionales. Por último, indicamos sus expresiones verbales estereotipadas, relacionándolas con los aportes teóricos revisados en el marco teórico.

En nuestra investigación, la discusión de los resultados ha sido orientada por tres hipótesis. La primera hace referencia al hecho de que la comedia italiana presenta los estereotipos socioculturales con los que generalmente se identifican a los italianos septentrionales y meridionales a través de personajes caricaturizados al extremo en su aspecto, carácter, acciones y expresiones verbales. Por cierto, la risa y el entretenimiento, -provocados por las situaciones cómicas- y la crítica y el raciocinio -causados por el humorismo- se fusionan en el humor étnico y estereotipado empleado en la construcción de rasgos idiosincrásicos referidos a los comportamientos, pensamientos y actitudes típicas

de los italianos meridionales y septentrionales. No obstante, los resultados obtenidos de nuestro estudio no confirman el hecho de que el cine de comedia recurra siempre e indefectiblemente a la caracterización estereotipada de la totalidad de los personajes que encarnan a ciudadanos norteños y sureños. Tanto es así que en los filmes *Così parlò Bellavista* y *Benvenuti al Sud* apreciamos la construcción de identidades «disonantes» adjudicadas a sujetos narrativos que representan la esfera sociocultural meridional (a modo de ejemplo nombramos a Gennaro Bellavista, persona **docta** y **recta**; Giorgio Loffredo, joven **profesional** y **honesto**; la señora de los residuos, consternada por el comportamiento incivilizado de sus vecinos; Maria -la prometida de Mattia-, mujer **trabajadora** e **independiente** económicamente). En el texto *La fame e la sete*, en cambio, el perfil identitario de los sujetos norteños y sureños es marcadamente estereotipado.

El segundo supuesto contrastado en este estudio sugiere que la interacción entre los sujetos narrativos portadores de signos y valores identitarios meridionales y septentrionales ponen en tensión el contenido de los estereotipos que ambas esferas culturales representan, lo cual provocaría cambios en sus pensamientos, actitudes y comportamientos. De hecho, los resultados confirman parcialmente la hipótesis que habíamos planteado. En efecto, pudimos observar que en los textos audiovisuales son puestas en juego las aristas de la bivalencia constitutiva del estereotipo. En medio de una dinámica de integración y enfrentamiento, encontramos que en las situaciones iniciales de las narraciones, el modo de ser, de pensar y de hacer de los personajes se corresponde con lo esperable, lo previsible, mientras que durante el desarrollo y en el punto máximo del desenlace, los directores y guionistas ponen en jaque la verdad de las convenciones genéricas referidas a los septentrionales y meridionales cuando se produce un encuentro entre culturas. De hecho, muchos de los estereotipos logran deconstruirse en *Così parlò Bellavista* y *Benvenuti al Sud*, puesto que los personajes implicados manifiestan su voluntad de generar un espacio de diálogo con el fin de conocerse unos a otros (recordemos, por ejemplo, la escena apoteótica del ascensor entre Cazzaniga y Bellavista o la conversación que mantiene Alberto con sus camaradas confesándoles las mentiras que refirió a su mujer acerca de ellos). En la *Fame e la sete*, por el contrario, ese espacio para el encuentro intercultural está vedado, porque uno de los personajes involucrados -el protagonista septentrional- es un acérrimo defensor del etnocentrismo y, por ende, de la impermeabilidad de su frontera cultural (recordemos el trato hostil que tiene Ivo para con sus obreros extracomunitarios o el maltrato que le propina a Cristina durante el viaje al

sur). Este sujeto permanece ajeno a la posibilidad del intercambio y de la escucha, siendo víctima de sus prejuicios que, en cierta manera, explican sus comportamientos racistas. En definitiva, solo en dos de los textos existe una intención manifiesta de dialogar con la cultura ajena, realizarle cuestionamientos y obtener respuestas genuinas.

La tercera hipótesis parte de la presunción de que el conjunto de estereotipos que las comedias adjudican a los italianos oriundos del norte y del sur de Italia no se ha deconstruido en el lapso de 26 años. De hecho, hemos constatado la persistencia de estereotipos idénticos -referidos al italiano septentrional y meridional- en el período indicado, la mayoría de los cuales se plasman, como hemos podido apreciar, en el tratamiento de los seis tópicos recurrentes y comunes a los tres textos: los residuos; la idiosincrasia septentrional y meridional; la desocupación; la mafia; la droga y el racismo.

De igual modo, a partir del análisis y de la interpretación de los resultados, hemos advertido otras cuestiones. En primer lugar, la estereotipación como proceso social está marcadamente mediatizada por factores de tipo ideológico que intervienen en el proceso de colonización y sometimiento al que están sujetos los colectivos más vulnerables, alrededor de los cuales se construyen relaciones de dependencia. En nuestra opinión, tal situación de asimetría social y subordinación explicaría el mantenimiento de las jerarquías de poder entre la sociedad septentrional y meridional reflejado en la preponderancia de estereotipos negativos, que definen las características identitarias y culturales de los más desfavorecidos -los italianos del sur-, mientras que aquellos positivos son reservados para los del norte. Vale decir, a través del estereotipo se argumenta la lógica homogénea y excluyente que exige el sistema de valores vigente en las sociedades dominantes para consolidarse, imponer sus discursos y estandarizar lo que «debe ser» sobre la conciencia colectiva, privilegiando la posición de unos a costa de otros. Así y todo, en los filmes advertimos que quienes no se ajustan al grupo hegemónico, si bien son descritos con escasas cualidades favorables, estas son superadoras comparadas con las desfavorables, puesto que el hecho de ser **altruista** y **solidario** velaría, a modo de ejemplo, el carácter **haragán** e **impuntual** del meridional.

En segundo lugar, pese a que en una primera impresión pareciera que la cinematografía tiende a reproducir una serie de estereotipos a-críticos y ritualizados, nosotros sostenemos que, en los textos estudiados, se recurre a ellos no solo por una cuestión de economicidad en la reconocimiento del personaje por parte del espectador, sino porque propone una mirada deconstruyente de tales conceptos a través del humor caricaturizado y las situaciones

extremadamente ridículas, como el hecho de querer convertirse en drogadicto para acceder a un trabajo, o bien dormir con un chaleco antibalas por temor a un ataque, o encargarle a un difunto que se vengue de los detractores ya fallecidos del jefe mafioso colocándole en el ataúd una pistola.

El mecanismo producido por el estereotipo es explotado en las comedias, actúa con cinismo y muchas veces con ironía. Funciona incluso siendo conscientes de que su contenido no se corresponde con la realidad. Creemos que parodiar los estereotipos a través del ridículo constituye una primera aproximación para relativizarlos y una excelente estrategia para desmontarlos, no estimando como «atípico» o «excepción» (que confirma la regla) al ejemplar que no procede del modo presumible. Empleado de esta manera, el humorismo -definido por Achille Campanile (1959) como *il solletico al cervello*¹⁰⁴ funciona a la manera de una herramienta de deliberación, de crítica contra la sociedad, de protesta contra las desigualdades, de renovada atención a lo que significan la libertad o las libertades. El cine deviene un aliado en la descolonización de las ideas estereotipadas y se convierte en parte de una cierta lucha política en la que se juega la producción de identidades cuando señala los prejuicios y las estigmatizaciones contemporáneas.

Entendemos que desnaturalizar, deconstruir o desmontar los estereotipos no implica erradicarlos, anularlos ni mucho menos descartarlos, sino que, a partir de las representaciones tautológicas que dicho fenómeno propone, se hace necesario profundizar acerca de su mayor carga semiótica que acaso se encuentra oculta, silenciada. Estamos convencidos de que es necesario abordar los estereotipos, más que desde una interpretación denotativa, desde una lectura connotativa, tendiente a una re-significación más profunda y crítica de su contenido, pues los mismos están vinculados a una historia y a una explicación, las cuales conforman el argumento narrativo que propugna y revela la razón de ser del estereotipo, lo cual justificaría su persistencia a través del tiempo.

Desde una perspectiva intercultural, consideramos que el contacto con el Otro (ya sea de manera grupal o individual) constituye un proceso permanente de comunicación y aprendizaje entre personas, conocimientos, valores y tradiciones distintas, encaminado a construir un respeto recíproco y un desarrollo íntegro de las capacidades de los individuos. De este modo, se consolida una práctica intercultural auténtica, apartada de esencialismos,

¹⁰⁴ “Hacer cosquillas al cerebro” (La traducción es de la autora).

afianzada en el diálogo, lo que supone la existencia de un reconocimiento de validez en paridad para todos los agentes involucrados.

Por esta razón, estimamos que los estereotipos resultan redituables para conocer y aprehender el modo de ser distintivo de los italianos, puesto que en clave social no solo funcionan como transmisores de rasgos fijos -parcialmente verdaderos o falsos, positivos o negativos-, sino que los mismos, detallados y analizados de manera consciente y racional, pueden devenir en un disparador para plantearse nuevas posibilidades de sentido.

2. Impacto y aplicaciones

Cuando comenzamos la investigación lo hicimos motivados por las cosmovisiones de los estudiantes, fuertemente influenciadas por imágenes cristalizadas de la cultura italiana. Este es el marco que justifica la propuesta práctica de nuestro estudio, que ha sido pensada para aplicarse en el espacio físico donde fue gestado el trabajo: el Departamento Cultural de la Facultad de Lenguas. En dicha institución se celebra cada año *La semana de los idiomas*, durante la cual todas las lenguas llevan a cabo actividades culturales representativas a cada una de ellas. Es un espacio en el que se comparten experiencias enriquecedoras en relación con la diversidad cultural y la pluralidad lingüística.

De acuerdo con lo expresado anteriormente, en nuestra función de «mediadores interculturales» (Byram, 1991) estamos convencidos de que los estereotipos pueden desempeñar una función significativa en el desarrollo de la conciencia intercultural si son empleados como elemento de reflexión. En cierto sentido, las creencias cristalizadas cumplen su función de simplificar el acercamiento a la cultura otra, pero pueden conllevar la idea de representación fidedigna de costumbres, tradiciones, historias y realidades ajenas. Como muchas generalizaciones, tienen su núcleo de verdad. No obstante, es necesario que nuestros estudiantes sean conscientes de que para conocer, entender o juzgar la cultura de la lengua meta, es imperioso trascender las primeras percepciones que ofrecen las categorías reduccionistas, a fin de conocer genuinamente la cultura italiana y evitar actitudes prejuiciosas infundadas que pueden devenir en cegueras o sordera selectivas.

Durante la semana dedicada al idioma italiano nos proponemos participar en tres encuentros que hemos denominado **Cine-tertulia, entre ficción y reflexión** destinados a los estudiantes de italiano del Departamento Cultural de todos los niveles, haciendo extensiva la invitación a la comunidad en general.

El visionado de las películas se realizará en sesiones distribuidas a lo largo de tres días. Antes de la proyección del primer filme realizaremos un *brainstorming* por medio del cual perseguimos incentivar la participación activa del grupo. Nuestra tarea como docentes a cargo de dirigir la actividad consistirá en tomar nota de las ideas y respuestas de los participantes y, de ser necesario, pediremos aclaraciones pero no intervendremos en ningún momento comentando o emitiendo juicios de valor.

Luego procederemos a la proyección de las películas. Al finalizar cada una entregaremos a los espectadores una ficha diseñada *ad hoc* que deberán completar de manera individual con la información obtenida sobre los dos protagonistas principales representantes de la cultura septentrional y meridional respectivamente. En la última reunión, con los datos recabados y registrados tendrá comienzo un espacio llamado **tertulia** en el cual proponemos un debate *in plenum* acerca de los estereotipos socioculturales encontrados. Estamos persuadidos de que la confluencia de interpretaciones individuales y reconstrucciones colectivas referidas a la configuración de identidades es fundamental para dotar de nuevos sentidos a viejos esquemas interpretativos.

En consecuencia, creemos que el presente proyecto resulta significativo principalmente por dos razones. Por una parte, reviste relevancia académica por su viable aplicación didáctica y consiguiente repercusión en el ámbito de aprendizaje de segundas lenguas, ya que intentamos recuperar la «competencia intercultural», que a menudo se soslaya por diferentes motivos, como las escasas propuestas de actividades interculturales -que encontramos frecuentemente estereotipadas- en manuales y libros de texto, o los tiempos apremiantes por cumplir con la programación anual, motivo por el cual muchos profesores optan por desarrollar los contenidos lingüísticos y gramaticales, eludiendo los culturales. Por otra parte, el estudio es pedagógicamente trascendente porque el modelo presentado puede ser aplicado y fácilmente adaptado para la enseñanza de los otros idiomas que se enseñan en el Departamento Cultural de la Facultad de Lenguas de la Universidad Nacional de Córdoba y en otras academias de idiomas.

Asimismo, es nuestra intención participar con nuestro trabajo junto a profesionales de diferentes áreas disciplinares en los proyectos de extensión-acción impulsados por la Secretaría de Extensión de la Universidad Nacional de Córdoba, a fin de promover intercambios de saberes y propugnar espacios de diálogo entre la universidad y la sociedad.

Aún con sus limitaciones, el estudio realizado aboga por la posibilidad y la necesidad de exhibir y percibir una nueva diversidad y una mayor profundidad para realidades, manifestaciones o expresiones culturales cuya ajenidad y distancia las hace parecer simples y esquemáticas, sustituyéndolas por imágenes más complejas, más verdaderas, producto de una mayor concentración y un más grande discernimiento, elementos estos esenciales para la crítica cultural.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Fuentes audiovisuales que conforman el corpus

Cecchi Gori, V., Rusic, R. (Productores) & Albanese, A. (Director). (1999). *La fame e la sete*. [Película]. Italia: FIN.MA.VI. Recuperado de <http://www.veoh.com/watch/v18421319xg25m2T9>

Chimenz, M., Longardi, F. Stabilini, G. Tozzi, R. (Productores) & Miniero, L. (Director). (2010). *Benvenuti al Sud*. [Película]. Italia: Medusa Film/Sky/Cattleya. Recuperado de <http://www.veoh.com/watch/v39401659EeYfpaK>

Orfini, M., Bolles, E. (Productores) & De Crescenzo, L. (Director). (1984). *Così parlò Bellavista*. [Película]. Italia: Eidoscope Production, Retequattro. Recuperado de <http://www.rai.tv/dl/RaiTV/programmi/media/ContentItem-5841a0dd-1dc4-4ae1-b8c9-dc90e5a0ccfd.html>

2. Fuentes audiovisuales consultadas

Aronson, L., Waisbren, B. (Productores) & Allen, W. (Director). (2012). *A Roma con amor*. [Película]. Estados Unidos, Italia, España: Mediaset.

Boldi, F., Saraceni, C. (Productores) & Costella, P. (Director). (2015). *Matrimonio al Sud*. [Película]. Italia: Medusa Film.

Chimenz, M., Stabilini, G., Tozzi, R. (Productores) & Miniero, L. (Director). (2012). *Benvenuti al Nord*. [Película]. Italia: Medusa Film.

De Laurentiis, A., De Laurentiis, L., (Productores) & Veronesi, G. (Director). (2009). *Italians*. [Película]. Italia: Filmauro.

Gardner, D., Pitt, B. (Productores) & Murphy, R. (Director). (2010). *Come, reza, ama*. [Película]. Estados Unidos: Columbia Pictures.

3. Referencias

- Allport, G. (1968). *La naturaleza del prejuicio*. (3ª ed.). (Trad. R. Malfe). Buenos Aires: Eudeba. (Obra original publicada en 1954).
- Altman, R. (2000). *Los géneros cinematográficos*. Barcelona: Paidós.
- Amossy, R. y Herschberg Pierrot, A. (2010). *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires: Eudeba. (Obra original publicada en 2001).
- Apte, M. L. (1985). *Humour and Laughter: An Anthropological Approach*. Ithaca: Cornell University Press.
- Bajtín, M. (2000). *Yo también soy (Fragmentos sobre el otro)*. (Trad. Tatiana Bubnova). México: Editorial Taurus.
- Bar-Tal, D. (1994). Formación y cambio de estereotipos étnicos y nacionales: un modelo integrado. *Psicología Política*, 9, 21-49. Recuperado de <http://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N9-2.pdf>
- Bhabha, H. K. (1994). *El lugar de la cultura*. Buenos Aires: Manantial.
- Bortolon, M. (2012). *Ideología y libros escolares: análisis descriptivo de libros escolares empleados durante el régimen fascista en Italia y el segundo gobierno peronista en Argentina*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.
- Bruner, J., Goodnow, J. & Austin, G. (1978) *El proceso mental en el aprendizaje*. Madrid: Narcea, S. A. de Ediciones. (Obra original publicada en 1956).
- Buell, L. (2005). *The Future of Environmental Criticism: Environmental Crisis and Literary Imagination*. Malden: Blackwell Publishing.
- Bueno Chávez, R. (2010). *Promesa y descontento de la humanidad. Estudios literarios y culturales de América Latina*. Universidad Ricardo Palma. Lima: Editorial Universitaria.
- Campanile, A. (1959). *Il Povero Piero*. Milano: Rizzoli.

- Campbell, D. T. (1967). Stereotypes and perception of group differences. *American Psychologist*. 22, 817-829.
- Cano Gestoso, J. I. (2002). *Los estereotipos sociales: el proceso de perpetuación a través de la memoria selectiva*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, España.
- Charaudeau, P. y Maingueneau, D. (2005). *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Colombres, A. (1997). *Manual del promotor cultural: bases teóricas de la acción*. Buenos Aires: Colihue.
- Croce, B. (2007). *Teoria e storia della storiografia*. Bari: Laterza.
- Cuche, D. (2002). *La noción de la cultura en las ciencias sociales*. (Trad. Paula Malher). Buenos Aires: Nueva visión. (Obra original publicada en 1996).
- De Sanctis, F. (1864). Varietà. Dai “Discorsi politici”, non mai raccolti di Francesco De Sanctis. *La Critica*. Revista de Literatura, historia y filosofía (Dirigida por B. Croce) 11, 1913. Recuperado de <http://ojs.uniroma1.it/index.php/lacritica/article/viewFile/7192/7174>
- Diez Puertas, E. (2006). *Narrativa fílmica: escribir la pantalla, pensar la imagen*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- Di Cristofaro Longo, G. (1993). *Identità e cultura*. Roma: Edizioni Studium.
- Eco, U. (1987). Lo cómico y la regla. En *La estrategia de la ilusión* (pp. 164-168). Buenos Aires: Lumen/De la Flor.
- Eco, U. (1992, 6 de diciembre). La identidad nacional es un producto de la historia. *El País*. Recuperado de <http://elpais.com/diario/1992/12/06/cultura>
- Egri, L. (1946). *The art of dramatic writing: its basis in the creative interpretation of human movies*. New York: Touchstone Book.

- Elosua, M. R. (1994). Estereotipos culturales y su incidencia educativa. *Interculturalidad y cambio educativo: hacia comportamientos no discriminatorios*. Instituto de estudios pedagógicos, 59, 21-44. Madrid: Narcea Ediciones.
- Fernández, C. (2009). *Las Crónicas de José Ingenieros en la Nación de Buenos Aires (1905-1906)*. Universidad Nacional de La Plata: Editorial Martin.
- Fisher, G. (1996). *Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale*. Paris: Dunod.
- Fishman, J. (1956). An examination of the process and fuction of social stereotyping. *Journal of Social Psychology*. 43, 27-64.
- Galán Fajardo, E. (2006). Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva. *ECO-PÓS*, 9(1), 58-81. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10016/9475>
- Galli, S. (2009). Il peso della memoria storica e l'identità culturale italiana. En *Identità italiana tra Europa e società multiculturale*. (7° Atti di convegno). Fondazione Intercultura Onlus (pp. 47-58). Recuperado de http://www.identitaitaliana.org/_pics/Attiidentita.pdf
- Galli Della Loggia, E. (1998). *L'identità italiana*. Bologna: Il Mulino.
- García Amilburu, M. (2011). Cultura. En *Philosophica*, enciclopedia filosófica on line. DOI: 10.17421/2035_8326_2011_MGA_1-1
- García Canclini, N. (1989). Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano. En *Políticas culturales en América Latina* (pp. 13-61). México D.F.: Grijalbo.
- García Jiménez, J. (1993). *Narrativa audiovisual*. Madrid: Cátedra
- Geertz, C. (1992). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa. (Obra original publicada en 1973).

- Giménez, G. (1993). La religión como referente de identidad. [Mimeo]. Guattari, F. (1976). *Psicoanálisis y transversalidad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Giménez, G. (1995). Modernización, cultura e identidad social. *Espiral*1(2), 35-55. Recuperado de <http://www.redalyc.org/comocitar.ou?id=13810203>
- Giménez, G. (2003). *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. México: Instituto de Investigaciones Sociales [UNAM]. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/articulos/gimenez.pdf>
- Giménez, G. (2009). Cultura, identidad y memoria: materiales para una sociología de los procesos culturales en las franjas fronterizas. *Frontera norte* 21(41), 7-32. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S01877372200900010001&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Gioberti, V. (1843). *Del primato morale e civile degli italiani*. Brusselle: Meline, Cans.
- Gómez García, P. (2000). Globalización cultural, identidad y sentido de la vida. En *Gazeta de Antropología* n° 16. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10481/7496>
- González Varas, I. (2000). *Conservación de bienes culturales: teoría, historia, principios y normas*. Madrid: Cátedra.
- Guerrero Sanmartín, Y. (2013). *Análisis de los estereotipos masculinos y femeninos en las relaciones de pareja: el caso de la sección cazainfieles del programa el cartel de la mega-Colombia*. (Tesis de pregrado). Universidad de Cartagena, Colombia.
- Hamilton, D. L. y Trailer, T. K. (1986). Stereotypes and stereotyping: an overview of the cognitive approach. En Dovidio, J. F. y Gaertner, S. L. (Eds.). *Prejudice, discrimination, and racism*, (pp. 127-163). Nueva York: Academic.

- Hernández Muñoz, S. (2008). *El humor como estrategia y reflexión en la publicidad española (2007-2008)*. (Tesis doctoral). Universidad politécnica de Valencia, España.
- Huici, C. (1999). Estereotipos. En J. F. Morales (Coord.) *Psicología Social*, (pp. 87-98). Madrid: McGraw-Hill.
- Jost, J. y Banaji, M. (1994). The role of stereotyping in system-justification and the production of false consciousness. *British Journal of Social Psychology*, 33(1), 1-27.
- Kapuściński, R. (2007). *Encuentro con el otro*. Barcelona: Anagrama.
- Katz, D. y Braly, K. (1933) Racial stereotypes of one hundred students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28, 280-290.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Ladmiral, J. y Lipiansky, E. (1989). *La communication interculturelle*. Paris: Armand Colin.
- Levinas, E. (1977). *Totalidad e infinito*. Salamanca: Sígueme.
- Leyens, J.P.H., Yzerbyt, V. y Schadron, G. (1994). *Stereotypes and social cognition*. Londres: Sage.
- Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. (Trad. Guinea Zubimendi, B).Madrid: Cuadernos de Langre. (Obra original publicada en 1922).
- Livolsi, M. (2011). *Chi siamo: la difficile identità nazionale degli italiani*. Milano: Franco Angeli.
- Lombroso, C. (1876). *L'uomo delinquente*. Turín: Fratelli Bocca Editori. (Quinta Edición, 1896).
- Lotman, I. (1978). *La estructura del texto artístico*. (Trad. Victoriano Imbert). Colecc. Fundamentos 58. Madrid: Ediciones Istmo. (Obra original publicada en 1970).

- Lotman, I. (1999) *Cultura y explosión: lo previsible y lo imprevisible en los procesos de cambio social*. (Trad. Delfina Muschietti). Prólogo de Jorge Lozano. Barcelona: Gedisa.
- Maestro, J. (1998). La commedia dell'arte y el entremés cervantino. Sobre el diálogo dramático. *El Extramundi y los papeles de Iria Flavia*, 14, 15-44. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/ejemplar/114033>
- Malgesini, G., y Giménez, C. (2000). *Guía de conceptos sobre migraciones, racismo e interculturalidad*. Madrid: Catarata.
- Martínez, A. y Papalini, V. (2012). Valiente, o la rebeldía amordazada. *Questión*, 1(36), 58-68.
- Metz, C. (2002). *Ensayos sobre la significación en el cine (1964-1968)* (Vol. 1) Barcelona: Paidós.
- Metz, C. (1981). Cine y lenguaje. En *Imagen y lenguajes* (pp. 193-224). Barcelona: Ed. Fontanella.
- Morales, J. y Moya, M. (1996). *Tratado de Psicología Social. I: procesos básicos*. Madrid: Síntesis.
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Huemul: Buenos Aires.
- Munné i Matamala, F. (1989). Prejuicios, estereotipos y grupos sociales, en Rodríguez, A. y Seoane, J. *Creencias, actitudes y valores* (pp. 315-363). Madrid: Alhambra Universidad.
- Patriarca, S. (2010). *Italianità: la costruzione del carattere nazionale*. Bari: Edizioni Laterza.
- Pérez Martínez, E. (2006). *Representaciones de la cultura argentina en el discurso publicitario*. (Tesis doctoral). Universidad de La Laguna, San Cristóbal de La Laguna.
- Pérez Serrano, G. (1984). *El análisis de contenido de la prensa*. Madrid: UNED.

- Pirandello, L. (1993). *L'umorismo*. Roma: Tascabili Economici Newton. (Obra original publicada en 1908).
- Puertas Valdeiglesias, S. (2004). Aspectos teóricos sobre el estereotipo, el prejuicio y la discriminación. En *Seminario médico*, 56(2), 135-144. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1232884>
- Quin, R. y McMahon, B. (1997). *Historias y estereotipos*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Rausa, P. (2012). L'emigrazione interna italiana negli anni '50 e '60. Recuperado de <http://www.salogentis.it/2012/11/16/lemigrazione-interna-italiana-negli-anni-50-e-60/>
- Real Academia Española (2014). *Diccionario la lengua española*. (24ª Edic.) Recuperado de <http://dle.rae.es/>
- Ruggiero, R. (2009). *Paese Italia: venti secoli di identità*. Roma: Donzelli Editore.
- Sciolla, L. (1983). *Identità*. Turín: Rosenberg & Sellier.
- Seger, L. (2000). *Cómo crear personajes inolvidables: guía práctica para el desarrollo de personajes en cine, televisión, publicidad, novelas y narraciones cortas*. Barcelona: Paidós.
- Silipo, R. (2010). La commedia all'italiana cos'è? En *La Stampa*. Recuperado de <http://www.lastampa.it/2010/12/01/cultura/domande-e-risposte/la-commedia-all-italiana-cos-e-HHsBicKeMsce8e9PPD0wPP/pagina.html>
- Stroebe, W. e Insko, C. (1989). Stereotype, prejudice, and discrimination: changing conceptions in theory and research. En Bar-Tal; C.F.; Graumann; A.W.Kruglanski; W.Stroebe (Eds.): *Stereotyping and prejudice*, (pp. 3-34). New York: Springer-Verlag.
- Tajfel, H. (1969). Cognitive aspects of prejudice. En *Journal of Social Psychology*, 25, 79-97.
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder.

Visani, F. (2005). La representación de los extranjeros y la transferencia cultural en la Rusia contemporánea. En *Topos & Tropos*, 4. Recuperado de <http://www.toposytropos.com.ar/N4/tesis/norteamericano6.htm>

Waldenfels, B. (2006). *Entre culturas*. En Amelia Sanz Cabrerizo, *Interculturas/Transliteraturas*, (pp. 163-216). Madrid: Arco Libros.

APÉNDICE A

Ficha 1. Datos técnicos de identificación básicos de las películas y sinopsis

Título:

País:

Año:

Duración:

Género:

Dirección:

Guión:

Productor:

Estudio:

Escenografía:

Vestuario:

Sinopsis:

APÉNDICE B

Ficha 2. Caracterización de los personajes

Dimensión física						
Nombre del personaje:						
Edad:	jóvenes	jóvenes-adultos	adultos	mayores		
Sexo:	masculino			Femenino		
Origen:	septentrional		Meridional			
Aspecto:	pulcro	ordenado	sucio	desarreglado		
	alto	bajo	mediano	gordo	delgado	regordete
Forma de vestir:	formal			Informal		
Dimensión psicológica						
Personalidad:	introvertida			extrovertida		
Talante:	sereno/despreocupado	nervioso/ estresado		conciliador/ amable		
Temperamento:	intuitivo		perceptivo		reflexivo	
Aptitud vital:	resignada	combativa	pesimista	optimista		
Comportamiento:	racista	pendenciero	mafioso	engreído	grosero	otro
Cualidades (mujer):	emancipada	sumisa	trabajadora	conservadora	moderna	
	permisiva	exigente	sobreprotectora	cariñosa	condescendiente	
Cualidades (hombre)	trabajador	haragán	cabal	vulgar	dependiente	colérico
	intransigente	flexible	culto	machista	tradicionalista	tolerante
Autoestima	nula		baja		alta	
Metas	ascenso en la jerarquía profesional	convertirse en un buen profesional	mejorar los ingresos económicos		altruismo	otra
Dimensión social						
Relaciones:			estables		cambiantes	
Estado civil:	soltero/a	casado/a	divorciado/a	viudo/a	pareja de hecho	
Ámbito familiar	sin hijos		1 hijo		2 hijos	
Nivel de instrucción	primario		secundario		universitario	

Clase social	baja	media	medio-alta	alta	
Tipo de trabajador	profesional		aficionado		
Cualificación en la escala laboral	superior		media	inferior	
Poder adquisitivo	alto		medio	bajo	
Pasatiempos	tecnológicos	sociales	culturales	deportivos	
Los personajes se aferran a	los amigos	la cultura	la familia	el respeto del deber	
	el dinero	el trabajo	los hijos	la buena mesa	
	la vida alegre	las vacaciones	el respeto de los derechos	otro	
Valores sociales destacados	pertenencia al grupo	solidaridad recíproca	competitividad	individualismo	otro
Religión	católica		otra/s		
Vivienda	casa		departamento		
	moderna	lujosa	antigua	modesta	
Marco espacio-temporal	urbano		rural	otro	

APÉNDICE C

Ficha 3. Análisis de las expresiones estereotipadas en las escenas

Filme:			
Denominación de la escena:			
Tiempo de la escena:			
Nombre del personaje que habla:			
Nombre del personaje sobre quien se habla:			
Rol de los hablantes:			
¿Qué dicen y cuándo lo dicen?			
Actitud con la que se expresa el discurso:	desagradable	despectiva	abusiva
	amistosa	cariñosa	comprensiva
	arrepentida	avergonzada	culpable
	crítica	autoritaria	severa
	distante	despreocupada	indiferente
	decepcionada	dolida	frustrada
	egocéntrica	orgullosa	prepotente
	ética	eficiente	resolutiva
	racista	intolerante	intransigente
	maternal	comprensiva	insegura
¿Por qué lo dicen?			
¿Dónde lo dicen?			
Otros datos:			