



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MACERATA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE, DELLA COMUNICAZIONE E DELLE RELAZIONI
INTERNAZIONALI

CORSO DI DOTTORATO DI RICERCA IN HUMAN SCIENCES

CICLO XXXIII

TITOLO DELLA TESI

**Migranti digitali tra dimensione locale e globale.
Percorsi d'inclusione e strategie di comunicazione istituzionale.**

RELATORE

Chiar.mo Prof.ssa Lucia D'Ambrosi

DOTTORANDO

Dott. Giacomo Buoncompagni

COORDINATORE

Chiar.mo Prof. Angelo Ventrone

ANNO 2020/2021

“I mappamondo mi fanno girare la testa. Quando credi di aver trovato il posto, hanno già cambiato i confini”.

(Marshall McLuhan, Guerra e Pace nel Villaggio Globale)

Indice

Introduzione	pag.9
Obiettivi della ricerca e metodologia di analisi	pag.15

Inquadramento teorico

Cap.1 Integrazione e comunicazione nel mondo globalizzato	pag.21
1.1 Mutamenti sociali e spazio-temporali	
1.2 Culture e comunità	
1.3 Modelli d'integrazione nella sfera pubblica transnazionale	
1.4 Pregiudizio culturale e delle tecnologie	
Cap. 2 L'Altro nella società digitale	pag.50
2.1 L'estraneità nello spazio interconnesso	
2.2 Linguaggio e narrazione	
2.3 I media etnici	
Cap. 3 Oltre le logiche dei media	pag.57
3.1 Incertezze e pratiche nei nuovi media	
3.2 Mediatizzazione e logiche mediali	
3.3 Verso la "Media-azione"	
Cap. 4 La rappresentazione mediatica del fenomeno migratorio	pag.74
4.1 Definizioni e identità migranti	
4.2 I migranti nei media tradizionali e digitali	
4.3 Crimine e narrazione mediale	

La ricerca: presentazione e discussione dei risultati

Cap. 5 La percezione dell'immigrazione nei giovani	pag.92
5.1 Discorsi d'odio e livelli di rischio tecnologico online	
5.2 Uno sguardo sui giovani: media, immigrazione e ruolo delle istituzioni	
5.3 Informazione e uso dei media	
5.4 Immigrazione e rappresentazione	
5.5 Istituzioni, comunicazione e flussi migratori	
Cap. 6 Immigrazione e istituzioni locali. Il caso studio della Regione Marche	pag.128
6.1 Dal globale al locale	
6.2 La comunicazione di servizio per gli immigrati	
6.3 Politiche di comunicazione e istituzioni	
6.4. Il rapporto con i media locali	
6.5. La dimensione "polifonica" dei media	
Cap. 7 Social media e <i>network migratorio</i> nel territorio marchigiano	pag.144
7.1 Migranti digitali	
7.2 Medium come "luogo"	
7.3 Connettività e usi sociali dei media	
7.4 I rischi tecnologici per i migranti	
7.5 Verso una gestione e/o una sorveglianza digitale delle migrazioni?	
Conclusioni	pag.184
Ringraziamenti	
Bibliografia	

“La verità sugli altri non è un oggetto compatto e scintillante, che possiamo portare alla luce se siamo in grado di sondare con attenzione e poi scavare a fondo. Quello che riusciamo a capire di uno sconosciuto sarà sempre fragile come un cristallo. Al minimo errore, andrà in mille pezzi”

(Malcom Gladwell, *Il Dilemma dello sconosciuto*)

Introduzione

Nel 1965 l'antropologo Ashley Montagu in *The Human Revolution* (p.24) sottolineava come l'uomo progredito nella civiltà fosse diventato «sempre più, e non meno, aggressivo e guerriero» e come nella società moderna la maggior parte degli individui fosse ormai abituato a badare a sé in modo autonomo a tal punto da risultare difficile capire oggi come, in ogni fase della storia, l'uomo abbia vissuto *per necessità* una vita di coinvolgimento nel benessere dei propri simili.

In *A War and Peace in the Global Village* Marshall McLuhan (1968) esprimeva preoccupazione circa la nascita del “villaggio globale” nell'era dei computer e delle reti, in quanto la condivisione di un unico spazio (pubblico) da parte di milioni di individui e di culture differenti avrebbe generato una “grande re-tribalizzazione elettronica”, rendendoci solo apparentemente tutti “fratelli” e impedendo solidarietà e amore tra gli individui. Secondo lo studioso il solo modo di affrontare questo problema era “dosare” lo spazio e i media¹.

Lo stesso Barber (1992) descriveva uno spazio inedito da abitare in seguito alla globalizzazione, pronto a collegarsi in un'unica rete guidata dalla tecnologia e dall'ecologia della comunicazione, ma in queste stesse forze riconosceva la causa dell'emergere di nuove forme di conflitto tra culture e tribù in un mondo che si stava contemporaneamente allontanando e avvicinando².

Nel suo saggio *Communication in a global village* Dean Barnlund (1998), analizzando l'idea proposta da McLuhan, in merito al concetto di estraneità e ai cambiamenti comunicativi e medialità in corso, si chiedeva se e in che modo i nuovi “residenti” avrebbero compreso, rispettato e valorizzato le differenze dei loro “vicini di casa” oppure, al contrario, se gli “abitanti del villaggio” si fossero di lì a poco trasformati in un agglomerato di estranei, residenti nei ghetti, accomunati solo dalle reciproche antipatie, interrogandosi inoltre su come la politica e le istituzioni avessero agito per alleviare i conflitti all'interno delle comunità.

Difficilmente nel corso della storia si è potuto evitare il contatto con la differenza, così, nella maggior parte delle volte, le risposte iniziali, anche di carattere politico, sono state quelle di evitare o cambiare culturalmente i diversi da noi, o ancora, nei casi più estremi, eliminarli: gli esempi di genocidio o i casi individuali di crimini commessi per odio sono episodi piuttosto recenti che riguardano principalmente il riemergere di atteggiamenti di razzismo e xenofobia.

¹ de Kerchove D. (1996), *Marshall McLuhan secondo Derrick de Kerckhove*, disponibile al sito: <https://www.youtube.com/watch?v=jBflrcEilao>.

² Barber B. (1992), *Jihad vs. McWorld*, Corgi, London.

La diversità rappresenta storicamente una fonte potenziale di frizione e d'incomprensione.

Lo strumento adottato per creare una maggiore coesione e collaborazione all'interno di un gruppo composto da membri di una stessa cultura, dove si scambiano significati e si riconoscono alcuni comportamenti come appropriati, è quello della comunicazione monoculturale. Questo tipo di comunicazione si basa sulla "similarità" e favorisce una conoscenza condivisa della realtà, «permette generalmente ai membri della stessa cultura di prevedere le risposte degli altri basandosi su quella che sarebbe la propria reazione in simili circostanze» (Bennet 2015, p. 24).

In situazioni cross-culturali il processo comunicativo non può però basarsi sulla somiglianza, i significati devono essere creati intenzionalmente e la comunicazione deve mostrarsi più consapevole ed efficace affinché non si creino situazioni di conflitto e atteggiamenti etnocentrici; in questo caso lo strumento che prevede il superamento della somiglianza e la considerazione della differenza è quello della comunicazione interculturale fondata sul principio di diversità e orientata all'empatia, dunque capace di accettare e riconoscere le differenze (Griswold 2005; Castiglioni 2013).

Solo sviluppando la capacità di comunicare a livello globale, aprendosi all'Altro, non rinunciando necessariamente alla propria storia e cultura, i "diversi" possono relazionarsi in modo efficace e produttivo nella società e per far questo è fondamentale coinvolgere aspetti cognitivi, affettivi e comportamentali in relazione alle quattro dimensioni che definiscono la comunicazione interculturale: mentalità globale, sviluppo del sé, mappatura della cultura e allineamento dell'interazione (Chen, 2005).

Con l'avvento dei media elettronici prima, e del digitale poi, l'incontro con l'Altro negli spazi di comunicazione online ed offline, in mancanza di competenze interculturali - mediali e percorsi di inclusione sociale suggeriti e supportati dalle istituzioni, può alimentare pregiudizi, etnocentrismi, "spersonalizzazioni" del cittadino straniero; c'è un serio rischio che si verifichino veri e propri conflitti sociali tra popoli che finiscano per acuire le distanze e le possibilità di dialogo (Giaccardi 2012; Milani 2015).

Le reti telematiche e i nuovi linguaggi mediali hanno modificato radicalmente i contesti sociali, economici e soprattutto quelli culturali provocando un conseguente adeguamento e/o smarrimento nei confronti delle nuove forme di scambio delle conoscenze e della comunicazione. Tali mutamenti, in costante e inarrestabile evoluzione, sempre in bilico tra rischi e potenzialità, tra omologazione e pluralità, hanno favorito l'emergere di alcuni importanti fenomeni.

Da un lato troviamo lo sviluppo di una cultura della connessione e dell'interattività unita a una più elevata possibilità di dialogo e di collaborazione tra individui e una crescita multi-direzionale

dell'informazione a livello globale; dall'altro, è possibile notare come la cross-culturalità e l'interculturalità, legate alla dinamicità dei flussi migratori e delle culture che si incontrano e si influenzano a vicenda, senza più limiti spazio-temporali, mettono più in evidenza il pluralismo identitario e le differenze dei singoli individui e delle minoranze etniche, così quelle come situazioni di intolleranza, di conflitto e disinformazione nei confronti della Differenza.

Quello che si osserva però è che lo stato di interconnessione globale non abbia del tutto favorito la costruzione e la promozione di una politica e di una comunità dell'ascolto nei confronti dell'Altro all'interno dello spazio pubblico, al contrario, quest'ultime stanno radicalmente venendo meno negli ambienti mediali e istituzionali; senza l'ascolto però la comunicazione non è in grado di stabilire relazioni interculturali, ma solo connessioni e scambi accelerati di informazione (Han, 2017).

L'attuale società, sottolinea Sennet (2012, p.51), « presenta minore coesione sociale, minore fiducia nelle istituzioni e minore fiducia nei leader », si assiste ad un “effetto tartaruga”: l'immagine di persone che di fronte a chi è diverso da loro si ritirano nel proprio guscio.

Il paradosso di questa condizione sta nel fatto che mentre l'infrastruttura digitale si rafforza permettendoci di condividere informazioni e costruire capitale sociale di rete, nei nuovi ambienti della comunicazione emergono inediti livelli di rischio e forme di tribalismo che abbinano la solidarietà per l'altro simile a me, con l'aggressività contro il diverso da me.

Questo atteggiamento di tipo etnocentrico, riscontrabile in particolare nello spazio digitale, mette in crisi un concetto fondamentale della nuova società connessa: la possibilità e la capacità dei pubblici online di dialogare, partecipare e collaborare attivamente sfruttando lo stato di interconnessione offerto dalla Rete per raggiungere un fine comune.

Dialogo e collaborazione sono fondamentali per iniziare ad arricchire il contatto reciproco tra culture; a tal proposito, Bauman (2014) facendo riferimento al pensiero di Sennett, ritiene che siano tre gli ingredienti per la costruzione di un dialogo efficace: *-informalità*, stabilire cioè delle regole durante la comunicazione senza imporle inizialmente; *-apertura*, accettare la possibilità che le nostre ragioni possano essere confutate o errate; *-collaborazione*, uno scambio equilibrato che non prevede prevaricazione, vinti o vincitori.

Una proposta teorica che, come illustrato nel lavoro di ricerca qui presentato, potrebbe essere riconsiderata partendo proprio dall'ecosistema mediale elettronico - digitale, dall'analisi dei rischi, dal suo impatto nella società multiculturale e nel fenomeno della mobilità umana, dalle politiche di comunicazione e di integrazione messe in campo dai soggetti istituzionali per rispondere alle esigenze di stranieri e autoctoni presenti nel proprio territorio.

Gli individui sono culturalmente diversi, ma associati dalla necessità di soddisfare bisogni comuni che si trasformano all'interno dei confini nazionali e che a volte li travalicano, come quelli economici, etnici, sociali, di comunicazione e di informazione,

La distribuzione disomogenea dei benefici economici porta spesso i membri di una popolazione a spostarsi, di conseguenza il ruolo dei media nel mantenimento di un collegamento etnico e culturale diventa necessario, così come, parallelamente a questo, emerge anche il bisogno di accedere a notizie o a forme di intrattenimento provenienti dal proprio paese d'origine.

Per i migranti, i media e lo spazio digitale divengono così strumenti di “(ri)creazione di luogo”.

L'utilizzo di internet e degli smartphone permette loro di accedere a una grande quantità di informazioni anche spostandosi da un luogo all'altro, cosicché «i punti di riferimento transnazionali possono sembrare più vicini del “locale” dei media nazionali » (Couldry 2015, p.219).

Grazie alle tecnologie informatiche e gli abbondanti flussi di mobilità, le minoranze possono riconoscersi, se non come una maggioranza, sicuramente come qualcosa di più presente e potente; a tal proposito i cosiddetti *local media* o gli *ethnic/community media* sono ambienti comunicativi di riferimento che riescono a raccogliere a livello locale le voci dei membri emigrati di una stessa comunità e contribuiscono alla costruzione di “un'appartenenza globale e regionale” (Levo-Henriksson, 2007); il rischio però è che lo stato di interconnessione generato dalle nuove tecnologie conduca al declino delle differenze culturali, dove internet viene a configurarsi come “spazio granulare locale” di uso individuale (Rifkin, 2001) .

Quella migratoria, in particolare, è una questione tanto antica quanto complessa, fatta di immagini scolpite nei miti originari di ogni comunità, che viaggiano nella storia attraverso i simboli e un linguaggio accostato sempre più spesso dai media e dai soggetti politici ai concetti di “emergenza” o di “crisi”.

Lo scontro politico ancora in corso sul tema dell'immigrazione rappresenta uno “stato di tensione” che si osserva non solo negli spazi economici, sociali e istituzionali, ma anche nei mezzi di comunicazione che «sono lo specchio della diversità connaturata nel tessuto sociale europeo (..) essi non si limitano a riprodurre questa diversità, ma contribuiscono attivamente alla sua proliferazione» (Silverstone 2009, p.134).

Quello dei flussi migratori è, infatti, uno dei temi caldi della politica italiana ed europea, le conseguenze in merito alla sua narrazione e gestione vanno ben oltre le questioni che occupano l'agenda pubblica, influenzando la natura e il carattere della cultura (inter)nazionale e mettendo continuamente in discussione identità e confini.

Responsabilità mediale - politica e tolleranza reciproca sono i valori fondativi degli attuali processi comunicativi, utili alle istituzioni per affrontare il fenomeno della mobilità umana e offrire alla società civile un futuro condiviso e ospitale per evitare lo scontro e riconoscere la “Dignità della Differenza” (Sacks, 2002).

La presenza e l’azione istituzionale così come la correttezza dell’informazione contribuiscono ad abbassare il livello di distorsione di quest’ultima creando un “ponte” tra Pubblica amministrazione, autoctoni e immigrati facilitando l’accesso alle diverse risorse da parte di quest’ultimi e prestando aiuto e ascolto a quanti ne abbiano necessità.

L’attività di ascolto istituzionale e l’applicazione di una politica di comunicazione inclusiva per i migranti esercitano una funzione strategica nella costruzione di un legame di fiducia reciproca tra enti pubblici e cittadino straniero, sono entrambi aspetti strettamente connessi a una dimensione simbolica di appartenenza alla società di accoglienza, fondamentali per garantire il successo delle politiche di integrazione culturale, delle pratiche partecipative e di una buona comunicazione di cittadinanza.

Per molto tempo la crisi migratoria è stata principalmente considerata oggetto di studio e di ricerca soprattutto in termini di rappresentazione mediatica e costruzione sociale dell’immigrazione, ma questo tipo di approccio non è più sufficiente per descrivere e analizzare il rapporto tra media e fenomeno migratorio.

Gli immigrati sono ora fonte di comunicazione, non più solo oggetto di narrazione, ma soggetti attivi, “immigra-attori” all’interno dei processi di produzione dell’informazione, futuri cittadini alla ricerca di “asilo comunicativo” nel nostro Paese e, di fronte a tale cambio di paradigma, il sistema media, così come gli organi istituzionali, devono dimostrarsi capaci di mediare e gestire il fenomeno, includendolo con saggezza ed equilibrio nel racconto di una società che cambia e nella costruzione di percorsi attivi di coesione sociale nel territorio.

La questione migratoria dunque rappresenta il reale punto di partenza per ripensare l’inclusione sociale come politica supportata dalla digitalizzazione, e, allo stesso tempo, come un punto di contatto tra istituzioni, media e comunità locali per stimolare e attivare un dialogo in grado di superare qualsiasi forma di discriminazione e che possa essere un ponte tra linguaggi, valori e credenze differenti da costruire all’interno di uno spazio sociale e mediale definito da relazioni e culture e generatore, allo stesso tempo, di distanza e ospitalità.

Nella riflessione contemporanea sul rapporto media - immigrazione, infatti, concetti come “linguaggio”, “comunità” “interculturalità”, “alterità”, “pregiudizio” costituiscono un nodo

ricorrente che mette in evidenza la presenza di importanti paradossi all'interno del discorso pubblico.

Le nuove tecnologie della comunicazione hanno da un lato, moltiplicato le possibilità di contatti e la produzione/negoziazione di significati simbolici che non possono essere estranei ai processi di relazione tra culture diverse, dall'altro stanno mettendo in crisi una categoria fondamentale, quella del luogo e dei suoi confini (Harvey 1993; Giddens 1994).

A questo proposito è impossibile non sottolineare come la situazione emergenziale causata dal Covid -19 nei primi mesi dell'anno 2020, abbia messo in crisi il fenomeno della mobilità e posto in rilievo la necessità di garantire nuove strategie di integrazione culturale che siano rispondenti alle diversificate esigenze di cui si compone il territorio.

Tra le sfide più complesse che le istituzioni hanno dovuto affrontare a seguito della crisi sanitaria vi è stata quella di comunicare l'emergenza e arrivare direttamente a pubblici, quali i migranti e i rifugiati, per evitare il rischio di esclusione e discriminazione sociale – tecnologica.

Le misure restrittive e la chiusura dei confini hanno oscurato per molti mesi quel minimo di dibattito sul tema dei corridoi umanitari, lasciando il posto a quello dei corridoi turistici, mettendo in rilievo il tema del “diritto alla mobilità”, al cui interno migrazione e turismo occupano il medesimo spazio, ignorando l'esistenza di un “diritto a migrare”; in questo modo l'invisibilità di alcune categorie (come quella dei migranti irregolari) e le disuguaglianze sia dal punto di vista economico e dei rapporti di lavoro si sono via via accentuate (Musarò, 2020).

Soggetti istituzionali, come l' Organizzazione Mondiale della Sanità, si sono serviti dei media per lanciare numerosi appelli pubblici invitando cittadini e politici di ogni Paese ad agire in modo responsabile, senza dimenticare le fasce più deboli della popolazione, detenuti e migranti *in primis* appunto, tutelando la salute personale e pubblica.

Tra i provvedimenti del Decreto Rilancio adottati dal Governo italiano per reagire alla crisi causata dalla pandemia globale, si ricorda la cosiddetta sanatoria (Decreto Legge 19 maggio 2020 n.24) per far emergere i migranti “lavoratori essenziali” dalle situazioni di irregolarità; un testo nato con i migliori intenti, ma rivelatosi piuttosto complicato e di difficile attuazione, frutto di un difficile compromesso politico che rischia di lasciare nell'ombra ancora moltissimi soggetti migranti (Musarò, 2020).

Ciò che però è emerso durante l'emergenza, i cui aspetti sono stati oggetto anche di questa ricerca nonostante fosse già stata avviata prima della pandemia, sono stati molteplici: l'importanza della relazioni sociali e della comunicazione con l'Altro, il potere dei media digitali come canali di connessione con il mondo in grado di superare qualsiasi confine giuridico e culturale, la debolezza

di una comunità chiusa e la ricchezza e la forza di un luogo ospitale e multiculturale capace di includere il diverso, l'ossessione per la sicurezza e la scarsa fiducia nell'informazione e nelle istituzioni che rischiano di rafforzare maggiormente quella "distanza sociale" tra autoctoni e migranti già fin troppo presente.

Seguendo dunque una prospettiva socio-comunicativa e tecno-culturale, il lavoro qui presentato ha indagato il tema dell'immigrazione e la sua rappresentazione negli ambienti digitali e analizzato l'attività di informazione e comunicazione da parte degli organi di governo al fine di creare una narrazione condivisa e coesa del fenomeno migratorio e verificare come queste pratiche discorsive possano contribuire alla costruzione di percorsi d'inclusione sociale maggiormente definiti e incisivi, anche in seguito ai processi di digitalizzazione.

Obiettivi della ricerca e metodologia di analisi

L'aspetto originale della ricerca risiede nella valutazione di possibili nuove strategie socio-comunicative che gli enti locali potrebbero attuare per favorire l'integrazione culturale, nell'analisi dei rischi e delle conseguenze derivanti dall'uso improprio della tecnologia digitale, al fine di identificare azioni correttive ed educative da promuovere attraverso i social media.

Si tratta nello specifico di porre le basi per ripensare un nuovo modello di comunicazione interculturale – istituzionale che coinvolga migranti, comunità, enti locali e la società civile al fine di promuovere da una parte, una più equilibrata narrazione e partecipazione degli immigrati nell'ambiente mediale e dall'altra, la costruzione di percorsi di inclusione più rapidi ed efficaci supportati dalle potenzialità del digitale.

Anche se vi è una cospicua quantità di letteratura sull'influenza dei mezzi di comunicazione e la loro modalità di narrare l'immigrazione (Appadurai 2001; Dal Lago 2004; Stevenson 2011; Corte 2014; Binotto, Bruno, Lai 2016), sono ancora pochi gli studi che affrontano i rischi derivanti da un uso superficiale delle nuove tecnologie in relazione alle modalità di racconto di fenomeni sociali complessi come quello della mobilità umana (Lacroix 2004; Kymlicka 2012; Diminiescu 2015; Europol 2016; Raffini, Giorgi 2020), così come è scarsa e frammentata la letteratura che pone attenzione alle strategie comunicative e d'inclusione sociale messe in atto dalle istituzioni e all'utilizzo dei canali comunicativi e informativi da parte dei soggetti migranti nei paesi ospitanti (Koopmans, Statham 2000, Rodríguez-Wangüemert, Torvisco 2017, D'Ambrosi 2019, Buoncompagni, D'Ambrosi 2020).

A tal proposito gli interrogativi di ricerca sono stati molteplici.

In che modo i media tradizionali e i social media influenzano le dinamiche narrative sul fenomeno migratorio? Che ruolo svolgono le istituzioni nelle azioni di in-formazione interculturale e inclusione sociale? Quali strategie comunicative vengono elaborate dagli enti territoriali per favorire l'accoglienza? Com'è possibile promuovere capitale sociale - digitale nel coinvolgimento del soggetto immigrato nella vita civile e di comunità?

L'intento è stato quello di comprendere se i nuovi media servano solo a rinnovare culture e comportamenti già presenti nell'ambiente offline, e, in relazione al fenomeno migratorio, verificare se l'ambiente online, connesso a molteplici forme di rischio (tecnologico), possa anche essere inteso come spazio di dialogo interculturale e di negoziazione con il "diverso", a supporto delle azioni di carattere istituzionale, delle politiche sociali e dei percorsi d'integrazione culturale.

In primo luogo si è voluto dunque analizzare il rapporto media e immigrazione nella sua dimensione globale e digitale, spostando poi l'attenzione, in un secondo momento, a quella locale, concentrandosi in particolare sul ruolo della comunicazione pubblica e dei media locali - digitali, ritenendoli siti privilegiati per la produzione di narrazioni più equilibrate e l'espressione di giudizi morali relativi a questioni pubblicamente rilevanti.

La ricerca ha previsto innanzitutto uno studio approfondito della letteratura nazionale e internazionale riferita prevalentemente all'ambito della sociologia culturale e digitale, della comunicazione pubblica, nonché degli studi sociologici sui processi migratori. Sono stati poi esaminati i seguenti temi: comunicazione digitale e interculturale, rapporto tra informazione e questioni migratorie, caratteristiche dei media locali, ruolo delle istituzioni e delle politiche sociali, rischio tecnologico e sicurezza digitale.

Lo studio è stato condotto utilizzando una metodologia multi-metodo (attraverso cioè l'adozione di metodologie miste quantitative e qualitative) e organizzato in due principali fasi: *esplorativa* e *applicativa*.

La *fase esplorativa* si è aperta inizialmente con una lettura dei dati di scenario attraverso un attento studio della letteratura nazionale e internazionale in un'ottica interdisciplinare; in un secondo momento si è proceduto con un'analisi quanti-qualitativa all'interno delle piattaforme digitali Facebook e Twitter.

Questa prima fase di lavoro si colloca a un livello che va a conciliare una doppia visione che tiene conto sia dei processi di media-azione messi in atto dai social media, sia della realtà delle pratiche con i media digitali, mettendo al centro il tema dei flussi migratori in Italia.

Attraverso la ricerca di parole chiave, particolarmente significative, si è voluto delineare in linea generale il livello di discussione, negativa o positiva, del fenomeno immigrazione online; l'analisi si

è concentrata sullo scenario nazionale italiano in quanto caratterizzato, in quel particolare periodo della ricerca (2017-2018) da una narrazione mediatica sul tema migratorio che ha fatto uso di toni piuttosto enfatici, accesi e propagandistici, gli stessi utilizzati nel dibattito politico.

I risultati emersi sono stati poi utilizzati come base per la costruzione di un questionario online, somministrato a studenti universitari tra i 18 e i 30 anni.

I questionari elettronici (*e-questionnaire*) sono la traduzione digitale del questionario classico, inteso come strumento di rilevazione composto di domande strutturate e poste secondo una sequenza logica, prevalentemente chiuse, con risposte precodificate (Corbetta, 2014). A differenza di quelli cartacei però, i questionari online vengono trasmessi attraverso la posta elettronica o possono essere compilati direttamente all'interno di un'apposita pagina web e offrono principalmente due vantaggi, multimedialità e dinamicità, elementi importanti che riducono il tasso di abbandono e permettono al ricercatore di costruire un questionario il più adatto possibile al proprio campione (Stella, Riva, Scarcelli, Drusian 2014).

Lo studio ha evidenziato quali costruzioni sociali dell'immigrazione hanno permeato maggiormente la popolazione di riferimento e influenzato il loro modo di utilizzare i media tradizionali e digitali, così come l'elaborazione delle strategie comunicative e delle politiche adottate, in materia di immigrazione, dalle istituzioni locali, nazionali ed europee.

Attraverso questa analisi di sfondo si è cercato dunque di comprendere innanzitutto se il discorso pubblico in Rete sull'immigrazione sia composto esclusivamente da contenuti che mirano a costruire un'immagine distorta dell'Altro, focalizzata sulla paura, o al contrario, se negli ultimi anni ci siano stati segni di "disintossicazione" in termini di comunicazione e informazione.

È opportuno sottolineare come il periodo di costruzione del questionario abbia coinciso con quelli che i media hanno definito "i fatti di Macerata" (3 febbraio 2018), intendendo con questa espressione l'attentato di Luca Traini (avvenuto nella città di Macerata, le cui vittime sono state esclusivamente cittadini stranieri) e l'omicidio della giovane Pamela Mastropietro. Entrambi gli episodi sono avvenuti nei primi mesi dell'anno 2018 nella provincia di Macerata, nelle Marche³.

Nei mesi a seguire sono stati molti gli eventi e i dibattiti politici che sono stati oggetto di una campagna elettorale permanente e che hanno coinvolto cittadini e istituzioni sul tema nella Regione Marche; oltre a questi elementi di carattere politico-mediali è necessario evidenziare come la medesima Regione sia da considerare un territorio "strategico" di analisi e osservazione, da prendere a riferimento per rispondere alle domande della ricerca.

³ Affricott J. (2018), "È iniziata la caccia al nero. I fatti di Macerata visti da una nera italiana", testo disponibile al sito: <https://www.vice.com/it/article/8xd955/luca-traini-macerata-razzismo>.

Per questi motivi e in base ad altri elementi che sono risultati scientificamente importanti per procedere con la ricerca (e che saranno più avanti presentati in maniera approfondita), lo studio del rapporto migrazione - comunicazione si è via via spostato, nella seconda fase, dalla dimensione “globale/nazionale - digitale” a quella “digitale-locale” focalizzando l’attenzione sul tema delle pubbliche amministrazioni e dei media locali: un binomio capace di facilitare la promozione di un pluralismo culturale e informativo, riducendo in parte i processi di mediazione e mediatizzazione.

Nella *fase applicativa*, infatti, attraverso l’analisi di uno specifico caso di studio, si è riflettuto in modo particolare sul ruolo dei media locali - digitali e sul loro rapporto con le istituzioni, esplorando strumenti e modalità con cui quest’ultime possono entrare in contatto con i migranti per promuovere la crescita personale, l’inclusione sociale e la partecipazione alla vita pubblica e, allo stesso tempo, individuando quelle strategie comunicative adottate dagli enti locali per favorire l’accoglienza.

Più precisamente la ricerca ha preso in esame il caso specifico della Regione Marche per comprendere come, in un contesto locale, la comunicazione di servizio, attraverso i media locali, potesse essere uno strumento utile a creare percorsi d’integrazione e a sostenere iniziative di carattere interculturale.

Il territorio marchigiano è stato un laboratorio molto utile per raggiungere gli obiettivi della ricerca in quanto storicamente ha conosciuto innanzitutto il fenomeno dell’emigrazione, è stata sempre attenta alla sfera interculturale e attualmente ospita una quota significativa di soggetti immigrati. Si tratta di una Regione che si è sempre definita “plurale” per la sua significativa tradizione di accoglienza di ogni forma di fragilità umana e attenzione alla sfera “interculturale” in molti settori; altro fattore importante riguarda la presenza, come già accennato, di una quota significativa di soggetti immigrati appartenenti a comunità etniche differenti in ognuna delle principali provincie marchigiane.

L’analisi ha previsto innanzitutto 15 interviste in profondità, svolte nel periodo di gennaio-aprile 2019, rivolte ai Responsabili dei principali Uffici Politiche Sociali e dei Centri Servizi Immigrati presenti nella Regione Marche con competenze in attività di informazione e comunicazione; tali istituzioni sono state scelte in quanto enti capofila dei progetti di inclusione in corso o promotori di particolari iniziative promosse sul proprio territorio. Il metodo utilizzato, quello dell’intervista in profondità, ha l’obiettivo di interrogare i soggetti campione attraverso un approccio che mira a entrare nell’individualità della persona intervistata, al fine di vedere il mondo con i suoi occhi, cogliere le sue categorie mentali, le sue percezioni, le sue interpretazioni e i motivi delle sue azioni (Corbetta, 2014).

Il caso studio della Regione Marche, che apre di fatto la seconda fase della ricerca applicativa, si è concentrata su due principali aspetti: 1) la comunicazione di servizio e il sostegno a iniziative inclusive; 2) l'informazione di utilità sociale veicolata anche attraverso i media locali.

Sulla base di quanto emerso dalle interviste l'attenzione si è poi spostata sui soggetti stranieri e il loro rapporto con i nuovi media nelle varie fasi del percorso migratorio. Sono stati così condotti 10 *focus group* rivolti a gruppi di immigrati (irregolari, rifugiati e richiedenti asilo) provenienti da paesi differenti e con un'età compresa tra i 20 e i 35 anni, inseriti in strutture di accoglienza presenti nel territorio marchigiano; lo scopo è stato quello di riflettere su nuova forma di “capitale sociale digitale” (boyd, Ellison 2007; De Feo, Pitzalis 2015) applicata al tema dell'immigrazione e a un uso più partecipativo dei *devices* digitali. La tecnica scelta, in questo caso, è stata quella del *focus group* che ha permesso una maggiore interazione con i soggetti coinvolti nella ricerca e ha fornito approfondimenti utili a comprendere le modalità di utilizzo dei nuovi media e il livello di alfabetizzazione digitale dei singoli partecipanti.

Ispirandosi alla letteratura presente (Brunwasser 2015; Diminiescu 2015; Europol 2016; Connor 2017), in quest'ultima parte della ricerca si è indagato su come smartphone e connettività siano ormai beni primari per i “migranti digitali”.

La connettività e l'accesso alla Rete permettono loro di studiare la lingua, di tenersi in contatto con i familiari e costruire o rafforzare relazioni all'interno del Paese ospitante; non sono però da trascurare quei rischi derivanti da un uso improprio e superficiale delle nuove tecnologie sociali e digitali e le recenti strategie adottate da numerosi organi istituzionali per una maggiore gestione “digitale” del fenomeno migratorio.

Metodologia utilizzata nel lavoro di ricerca

Fasi della ricerca	Domande di ricerca	Obiettivi	Metodologia quanti-qualitativa
<i>Fase esplorativa</i>	-In che modo i media e i social media influenzano le dinamiche narrative sul fenomeno migratorio?	Comprendere, in relazione al fenomeno migratorio, se l'ambiente online possa presentarsi come spazio di confronto e di dialogo con il "diverso", a supporto delle azioni di carattere istituzionale. Studio mirato sui giovani	-Analisi della letteratura -Studio delle piattaforme digitali -Somministrazione questionario online
<i>Fase applicativa</i>	-Che ruolo possono svolgere le istituzioni nelle azioni di in-formazione interculturale ? Quali strategie comunicative sono state promosse dagli enti territoriali per favorire l'accoglienza? Com'è possibile promuovere capitale sociale digitale nel coinvolgimento del soggetto immigrato nella vita civile e di comunità?	-Esplorare strumenti e modalità con cui le istituzioni possano entrare in contatto con i migranti nel promuovere l'inclusione e la partecipazione. - Riflettere su nuova forma di "capitale sociale digitale" promossa dalle istituzioni applicata al tema dell'immigrazione all'uso partecipativo dei <i>devices</i> digitali .	-Analisi caso specifico Regione Marche -15 interviste in profondità -10 <i>focus group</i>

Cap.1 Integrazione e comunicazione nel mondo globalizzato

Nella tarda modernità globalizzata individui e comunità di differenti parti del mondo sono ora in grado di costruire nuovi modelli e aspirazioni nello stesso momento grazie alle opportunità offerte dai nuovi strumenti di comunicazione che forniscono costantemente risorse per la definizione dell'identità individuale e collettiva.

Ciò che definiamo oggi "globalizzazione" è principalmente caratterizzato da macchine: industrie, istituzioni, idee, immagini, notizie, mobilità, tutto si è sviluppato attorno alle nuove tecnologie. In un certo senso la globalizzazione si configura come uno "stato mentale" (Silverstone, 2002) che si estende fin dove arriva l'immaginazione in cui le relazioni spazio - tempo sostituiscono quelle tempo - spazio.

1.1 Mutamenti relazionali e spazio-temporali

In letteratura sono numerosi i teorici della comunicazione che hanno proposto una serie di visioni e di letture del fenomeno che, in questa sede, si ritiene sia opportuno non trascurare.

Innis (1951) riteneva, ad esempio, che queste trasformazioni fossero il risultato dei mutamenti della natura della comunicazione, McLuhan (1997) coniò il termine "villaggio globale" per descrivere il cambiamento socio-culturale, Ong (1986) e Carey (1988) proposero un'interpretazione dei media e della società che poneva come elemento centrale l'evoluzione tecnologica.

Connesse alle moderne forme di comunicazione, ulteriori cambiamenti come l'informazione accelerata, il contatto immediato con l'Altro, lo spazio condiviso hanno determinato profonde conseguenze sulla nostra capacità di posiziarci nel mondo e di comprenderlo; il nuovo *frame* spazio - temporale, caratterizzato da forti spinte economiche, culturali ed informatiche, ha messo seriamente in discussione le modalità attraverso il quale si basano i processi di costruzione e rappresentazione del senso e la coerenza dei sistemi tradizionali di riferimento, trascinando con sé un aumento della frammentazione dell'esperienza soggettiva.

Secondo Cesareo (2000) le appartenenze si moltiplicano e si indeboliscono allo stesso tempo, la "plurilocalizzazione" costringe l'individuo a ri-crearsi un'identità che non segue più la logica narrativa e che tende ad unire elementi anche apparentemente contraddittori: è all'interno di tale contesto, che i mezzi di comunicazione, veicoli di significazione, definiscono spazi di connessione inediti entro il quale l'individuo può muoversi con lo scopo di reperire risorse simboliche-identitarie e di riconoscimento (Riva, 2012).

La globalizzazione si configura a tutti gli effetti come “forza culturale mediata” che ci propone una costante interazione fra identità e differenza, fra culture locali e globali, notizie locali e mondiali, e sono proprio i media che ci indicano come riconoscere le ambiguità e le contraddizioni di questa ibridazione che si forma al centro e alla periferia del “sistema-mondo”:

«Crediamo che le notizie mondiali siano le stesse ovunque le si riceva, ma sappiamo che non è così. I significati viaggiano lontano e veloci, ma mai in modo neutrale o univoco (..) la stessa storia in entrambe i luoghi cambia con il tempo» (Silverstone 2002, p.174).

Il panorama mediatico ha subito negli ultimi anni importanti modificazioni. La comunicazione mobile - digitale, internet e la massiccia diffusione dei social network nella vita pubblica e privata hanno creato una crescente richiesta di interconnessione prodotta dalla digitalizzazione delle attività umane, rafforzando ulteriormente il carattere soggettivo dei processi di comunicazione nella società contemporanea.

Le stesse forme di individualismo e auto-rappresentazione del Sé subiscono un rovesciamento espressivo per mezzo di un vero e proprio “sistema sociale operativo” definito *networked individualism* in grado di costruire una dimensione “reticolare” della vita quotidiana ed imporre una decostruzione etica delle forme tradizionali di associazione riscontrabile nelle forme più diverse del comportamento individuale e sociale (Raine, Wellman 2012; Toschi, 2016); in particolare *networked* significa avere a disposizione un “rifugio”, uno spazio che assicura all’individuo un “senso di appartenenza e di supporto”, un ambiente che non ha una precisa collocazione geografica, ma che esiste e si forma grazie alla performatività dei suoi abitanti.

Tale mutamento sociale è strettamente connesso a quella che è stata definita “tripla rivoluzione”: riguarda i network sociali, internet e la comunicazione mobile globale che hanno generato un serio indebolimento delle agenzie di socializzazione tradizionali ponendo al centro della scena l’individuo, conferendogli la possibilità di connettersi in qualunque momento, e delle reti collaborative in grado di fornire risposte immediate a differenti necessità (Colombo, 2020).

Per sua definizione tecnica, internet è una rete ad accesso pubblico che connette vari dispositivi o terminali in tutto il mondo (Lafuente, Righi 2011), si tratta di un’interconnessione globale tra reti informatiche di natura e di estensione diversa, resa possibile da una *suite* di protocolli di rete comune chiamata "TCP/IP" (dal nome dei due protocolli principali) che costituiscono la "lingua" comune con cui i computer connessi a internet (*host*) che comunicano tra loro in maniera del tutto indipendentemente dalla loro architettura *hardware* e *software*.

Una rete è un insieme di nodi interconnessi, tutti necessari, e nella vita sociale è da intendersi come “struttura comunicativa complessa”, *pattern* di contatto creato dai flussi dei messaggi, correnti di informazioni tra nodi, tra comunicatori nel tempo e nello spazio; è nella *network society* descritta da Castells (2009) che lo spazio fisico che ci circonda si fa man mano più discontinuo e sempre meno capace di attribuire senso alla vita individuale.

Questo perché l’esperienza soggettiva viene distribuita in mondi disancorati, la globalizzazione altera notevolmente la relazione tra luoghi abitati, identità culturali e nuove forme di socialità.

Oltre al mutamento di tipo spaziale, i media elettronici-digitali producono anche un cambiamento a livello temporale. Prima dell’avvento dei nuovi media la simultaneità presupponeva il luogo, o meglio, lo stesso tempo richiedeva lo stesso luogo (Thompson, 1998), mentre ora, all’interno del nuovo scenario comunicativo, si assiste a una rapida riduzione dei tempi di trasporto e a un’esperienza della contemporaneità ben lontana dalla condivisione di un ambiente comune.

Emergono quindi due forme sociali di tempo e spazio: tempo acrono e spazio dei flussi (e dei luoghi).

Il primo, in termini sociali, viene definito come “segmentazione sequenziale di pratiche”; il tempo biologico è scandito dalla sequenza programmata nei cicli vitali della natura, il tempo sociale (o tempo burocratico) è l’organizzazione temporale nelle istituzioni e nella quotidianità, mentre il tempo dell’orologio, emerso nell’età industriale, «è la misura e l’organizzazione della sequenzialità con precisione sufficiente ad assegnare compiti e ordine a ogni momento della vita, a partire dal lavoro industriale standardizzato e dal calcolo dell’orizzonte temporale delle transazioni commerciali» (Castells 2009, p. 33).

Nella società in Rete l’accento sulla sequenzialità è inversa, ciò che definisce il rapporto con il tempo è definito dall’uso delle tecnologie dell’informazione e della comunicazione, comprimendo il flusso temporale, negando la sequenzialità e offuscando la sequenza delle pratiche sociali, mescolando passato, presente e futuro secondo un ordine del tutto casuale.

Nel definire lo spazio si distingue quello “dei flussi” e lo “spazio dei luoghi”. La nostra società sarebbe costruita intorno a flussi di varia natura, di capitale, di informazione, di immagini, flussi di interazione organizzativa e di suoni, il tutto agevolato dallo sviluppo sociale di settori della tecnologia come il calcolo automatico, la microelettronica e i sistemi di trasmissione e di trasporto ad alta velocità:

«Lo spazio si riferisce alla possibilità tecnologica e organizzativa di praticare la simultaneità senza contiguità (..) non è aspaziale, è fatto di nodi e reti: ovvero di “luoghi” connessi da reti di comunicazione

operate elettronicamente attraverso le quali circolano e interagiscono i flussi di informazioni che assicurano la condivisione temporale di pratiche elaborate in uno spazio» (Castells 2009, p.32).

Il tentativo di comprendere i luoghi in termini relazionali negli scenari della globalizzazione, sembra legarsi all'idea di Massey (2005, 2007) di un senso "globale del luogo", ma è possibile evidenziare un'interessante e sottile differenza tra le visioni di spazio dei due studiosi.

Nell'affermare che i luoghi sono "nodi" Castells si riferisce solo ad alcuni tipi di luoghi con importanti funzioni strategiche connessi all'idea di potere e al tema della disuguaglianza sociale (Moore, 2017); tali luoghi sono dunque limitati, disconnessi dai flussi e dalla mobilità, mentre Massey (2005) descrive un senso globale del luogo, rifiutando l'idea di chiusura dello spazio, richiamandone al contrario l'apertura.

E partendo proprio da questa seconda prospettiva si è voluto approfondire un'idea di luogo globale caratterizzata dalle diverse forme di mobilità essenziali per la costruzione di spazi nella vita sociale, soffermandosi, nel corso della ricerca presentata, sul forte ruolo ricoperto dalle nuove tecnologie sociali e digitali intese come "ambienti mediatici", utilizzati in maniera strategica anche dalle stesse istituzioni per favorire forme di comunicazione, cooperazione e integrazione culturale tra comunità autoctone e straniere, dove, allo stesso tempo, la considerazione del "locale" sembra mantenere ancora una certa rilevanza nella gestione dell'informazione e nella creazione di politiche sociali e di comunicazione a livello istituzionale.

Il complesso mutamento spazio-temporale descritto si accompagna inoltre

«ad una dilatazione senza limiti delle possibilità simboliche, dell'attività autoriflessiva, della capacità di rispecchiare e di rappresentare la realtà attraverso molteplici linguaggi. Questa capacità sembra gradualmente sostituirsi alla realtà stessa e ci fa vivere in un mondo prodotto dalle immagini che noi stessi creiamo, tanto da non poter più distinguere tra realtà e realtà dell'immagine (...) Partecipiamo, nella realtà o nell'immaginario, di una infinità di mondi. Ciascuno di essi è caratterizzato da una cultura, da un linguaggio, un insieme di ruoli e di regole, ai quali ci dobbiamo adattare ogni volta che migriamo dall'uno all'altro» (Melucci 1994, pp. 49-50).

Ciò che caratterizza la "modernità radicale" (Giddens, 1994) è il distanziamento spazio-temporale descritto come un duplice processo che separa il tempo dallo spazio e lo spazio sociale dal luogo fisico.

Lo spazio destinato alla formazione delle relazioni sociali non coincide più con i luoghi delle interazioni faccia a faccia, non si fonda più su una cultura comune e va a definire un sistema di

regole istituzionalizzate di interazione che si basano sui ruoli e sulla fiducia e nella loro capacità di regolare i comportamenti individuali (Riva, 2012); tale distanziamento è la preconditione del processo di *disembedding* (Giddens, 1994), lo sganciamento cioè delle relazioni sociali dai contesti locali di interazione. Un'altra importante causa di tale meccanismo descritto da Giddens, potrebbe essere ricercata nei diversi tipi di media elettronici e digitali, perché, è proprio attraverso questi che gli attori sociali si separano dal luogo, inteso come località fisica e reale, generando così una sorta di allargamento dello spazio significativo di costruzione e riproduzione di cultura e identità, di incontro con l'Altro.

In particolare, è attraverso i nuovi media che si vanno a modificare gli scenari della geografia situazionale dei comportamenti umani, generando così "l'indebolimento del luogo" all'interno di uno spazio antropologico non più in grado di sostenere l'appartenenza identitaria degli attori sociali. Così emergono i "non-luoghi" (Augé, 1993), spazi moderni privi di identità condivise, luoghi di alienazione, di anonimato e solitudine; è però all'interno del villaggio globale, con internet, che i confini sociali si fanno realtà sempre più fluide.

Nella Rete l'idea di deterritorializzazione coincide con il processo di "virtualizzazione".

Lévy (1996) afferma che con internet non cambia il concetto di spazio e tempo, ma sono proprio questi due a mutare definitivamente, in quanto il virtuale crea un ambiente nuovo, una rete di interscambio e cooperazione, un cyberspazio, definito da Tagliagambe (1997, pp.39-40) come «visualizzazione spazializzata delle informazioni disponibili in sistemi globali di elaborazione (..), lungo percorsi forniti da reti di comunicazioni, che permette la compresenza, l'interazione tra più utenti e rende possibile la ricezione e la trasmissione di informazione attraverso l'insieme dei sensi umani».

Ci troviamo inseriti in una nuova forma di spazio antropologico, "lo spazio del sapere" (Lévy, 1996), un ambiente aperto della comunità virtuale dei saperi e delle conoscenze dove si mettono in comune capacità mentali, delle competenze e dell'immaginazione; una nuova cultura dei media di stampo digitale tende a modellare il mondo descrivendo una realtà costantemente mediata che si sovrappone a quella reale, confinando quest'ultima nell'esperienza individuale che man mano riacquista significato facendo riferimento a quello che si vede, ascolta e legge attraverso i media.

Ciò diventa necessario per costruire un'immagine nel mondo in cui trovare quel significato a cui ispirare il proprio agire nella realtà.

Sempre più la realtà virtuale e mediale si mescola con quella reale riportando conseguenze oramai impossibili da non vedere e considerare, la realtà mediale è coinvolgente e assai chiara, ispirata all'obbligo dell'*happy-end* (Silverstone, 2002): tutti alla fine online, attraverso le nuove

tecnologie, riescono a raggiungere ciò che sentono importante; nella vita vera, a causa della sua ambiguità, raggiungere le mete prefissate è quasi sempre piuttosto complesso, a differenza delle “storie dei media”, l’altro, non è sempre un individuo amico o solidale, ma avversario ostile o freddo testimone.

Le storie all’interno dello spazio mediale sostituiscono le filosofie, le religioni, le ideologie, le grandi narrazioni del mondo, attribuendo a esse una forma spettacolare che si rovescia sullo spettatore e sollecitano ingenuamente le sue emozioni e i suoi sentimenti, guidandolo nella costruzione del suo mondo e della sua morale: tutto ciò di cui l’individuo contemporaneo necessita gli viene dai media, dal loro modo di esprimersi, dai contenuti, dalla loro capacità di racconto e di modifica del contesto (Centorrino, Romeo 2012).

Riflettere sui mutamenti socio-antropologici è possibile ripartendo in particolare dallo studio dei nuovi media come la forma più profonda e cogente di collante sociale e culturale.

1.2 *Culture e comunità*

Lo stato d’interconnessione che viene a crearsi, unita alla facilità di spostamento e di comunicazione nello spazio virtuale, genera un’assimilazione di tutte le identità e le esperienze umane all’interno di un paesaggio mediale unitario.

Il nesso che emerge è quello tra spazio e corporeità, lo spazio si struttura per l’individuo come una realtà topologica e percettiva e le rappresentazioni sociali dello spazio dipendono dalle caratteristiche costrittive e dai limiti organici del corpo (Piaget e Inhelder, 1976; Romeo 2011). Troppo spesso infatti:

« diamo per scontato, che l’idea di spazio sociale sia nata, dalla testa dei sociologi, naturalmente, come trasposizione metaforica di concetti generati dall’esperienza dello spazio fisico, oggettivo. E’ vero invece il contrario. La distanza, che oggi tendiamo a definire in termini oggettivi, e a misurare nel raffronto con la lunghezza dell’equatore, piuttosto che con le misure di parti del corpo umano, con la destrezza fisica, o con le simpatie e antipatie degli abitanti, un tempo era misurata dai corpi e dai rapporti umani» (Bauman 1999, p.33).

L’impatto sociale derivante da queste nuove reti di comunicazione e informazione può essere analizzato e compreso partendo dal presupposto che « l’uso dei mezzi di comunicazione implica la creazione di nuove forme di azione e interazione nel mondo sociale, di nuovi tipi di relazioni e di nuovi modi di rapportarsi con gli altri» (Thompson 1998, p.13).

I media quindi non si limitano più alla pura rappresentazione di eventi e alla trasmissione di informazioni e contenuti simbolici, ma si muovono rivestendo di significato le relazioni stesse tra gli individui che interagiscono in uno spazio sociale sempre più mediato, dove ogni parte della vita sociale contemporanea è toccata dalla presenza dei media al punto che la loro assenza è percepita come una ferita: nella cosiddetta società dell'informazione, l'assenza di informazione è considerata una "privazione immensa" (Silverstone, 2002).

Il "processo di mediatizzazione" della cultura e della vita quotidiana, analizzato in maniera più profonda nei successivi capitoli, inteso da un lato come meta-processo di stampo ecologico, di trasformazione culturale e sociale influenzato dai media e dall'altro come diffusione da parte dei media dei propri formati e dei propri *frame* negli ambiti del mondo della vita e delle relazioni sociali (Couldry, Hepp 2013), ha portato gli individui a sperimentare eventi, osservare e apprendere nuove culture, mondi reali e immaginari, attivando un processo di autoformazione riflessivo e aperto e ricorrendo in misura sempre maggiore a materiali simbolici offerti dai media andando a formare identità coerenti.

Sono quest'ultime dunque a fornire strumenti per la creazione di uno spazio comunicativo simbolico nuovo e condiviso sul quale definire le appartenenze, i nuovi spazi sociali si connettono a una realtà comunicativa da intendersi non come un semplice flusso di senso, ma un insieme di significati e di azioni che assemblano realtà, riprodotte in modo imperfetto e continuamente trasformate.

Ecco che la vita quotidiana appare caratterizzarsi sia per la tensione continua di adattamento flessibile alle condizioni esterne, sia per la volontà di sviluppare strategie che sfruttino la possibilità offerta da nuovi ambienti comunicativi - relazionali, ambigui e frammentati, che sfuggono alle possibilità di controllo dei singoli che, come per reazione di difesa (o fuga), sviluppano "pratiche di resistenza", quelle che Certeau (1990) definisce "tattiche di invenzione del quotidiano".

Il problema centrale riguarda l'identità culturale e le pratiche comunicative.

La connessione tra questi due aspetti è definita proprio dal potere dei media, dalle strutture e dai linguaggi delle tecnologie sociali e digitali, che rappresentano forze attive e determinanti, in quanto ambienti in grado di modellare e modificare culture e identità (Romeo 2011; Colombo 2020).

I media sono elemento cardine attorno al quale si muovono i fenomeni contemporanei, come ad esempio quello delle migrazioni, e diventano parte considerevole del flusso di significato nelle società contemporanee attraverso le pratiche di produzione e ricezione; per Hannerz (1998, p.6) infatti: «il flusso culturale consiste nello stesso tempo nelle esternazioni di significati che gli

individui producono attraverso forme generali, e nelle interpretazioni che gli individui forniscono di tali manifestazioni».

La cultura e l'identità diventano sempre meno quello che Pierre Bourdieu chiamerebbe *habitus* (un tacito spazio di pratiche e disposizioni riproducibili) per diventare più arena di scelte, giustificazioni e rappresentazioni consapevoli, quest'ultime spesso rivolte ad un pubblico multiforme e spazialmente dislocato (Appadurai, 2001).

Con la diffusione di internet gli spazi pubblici e privati si fondono con maggiore evidenza, la sfera pubblica diventa più inclusiva in quanto accessibile e privatizzata, capace di invadere l'ambiente domestico facendo perdere a quest'ultimo le sue caratteristiche di spazio privato:

« televisione, radio e telefono rendono i luoghi un tempo privati più accessibili al mondo esterno, e dunque più pubblici (...) attraverso questi media, tutto ciò che accade quasi ovunque può capitare ovunque noi ci troviamo. Ma se siamo ovunque, non siamo neppure in un posto particolare» (Meyrowitz 1993, p. 215).

I mezzi di comunicazione intervengono in maniera radicale nei processi di rappresentazione, influenza e produzione di forme identitarie e di appartenenza, il concetto di sfera pubblica non viene legato all'idea di organizzazione o di struttura normativa che fissa ruoli e competenze, ma è connesso allo « spazio sociale generato dall'agire comunicativo» (Habermas 1996, p.428).

Viene a crearsi una situazione comunicativa capace di recepire flussi di informazione, prese di posizione, che generano così l'opinione; alla circolazione delle merci, si affianca quindi un "commercio internazionale" di informazioni e cultura che vede come principale conseguenza una "rifederalizzazione" della sfera pubblica (Habermas 1971; Thompson 1998) dove è la complessità delle nuove tecnologie di comunicazione a generare una nuova dimensione del pubblico, mutando completamente le condizioni di accesso e partecipazione.

La natura espressiva dei media e la fusione tra pubblico e privato rendono l'accesso all'informazione omogeneo e fondono le tipologie di immagine proiettate dai attori diversi nello spazio pubblico; ciò a cui assistiamo è anche una ristrutturazione dei "palcoscenici sociali"; il cambiamento del pubblico porta a un cambiamento delle rappresentazioni sociali, la fusione di situazioni differenti e l'incontro di pubblici diversi contribuisce a far emergere una situazione del tutto inedita che include ambienti informativi creati dai media che possono da un lato, far emergere un forte senso di appartenenza e condivisione, dall'altro un senso di isolamento ed esclusione, rafforzando o indebolendo un sentimento di "loro vs noi" (Meyrowitz 1993; Silverstone 2002).

Il punto da cui partire è l'esperienza, la produzione e il mantenimento del senso comune, inteso come "espressione e preconditione dell'esperienza". L'ambiente mediale filtra e incornicia la realtà quotidiana attraverso rappresentazioni uniche e molteplici, l'individuo partecipa a tale processo ed è attraverso i media che siamo forzati a riconoscere il senso comune e la differenza culturale, confrontandoci con l'Altro e la diversità:

« ci muoviamo anche in spazi mediali, nella realtà e nell'immaginazione, in senso materiale e simbolico. Studiare i media significa anche studiare questi movimenti nel tempo e nello spazio e le interrelazioni fra di essi (...) così il modo in cui essi contribuiscono al tessuto dell'esperienza: le esperienze sono concrete, anche quelle mediali» (Silverstone 2002, p.28)

Il legame tra esperienza, identità e spazio è connesso al rapporto tra accesso al luogo e alle informazioni.

Un tempo, infatti, accedere al territorio di un gruppo significava attivare quel processo di integrazione all'interno del gruppo stesso, ma i nuovi media compromettono questo legame tradizionale tra collocazione fisica e situazione sociale, confondendo identità di gruppo prima separate e permettendo così agli individui di "sfuggire", dal punto di vista informativo, ai gruppi ancorati ad un luogo definito, lasciando spazio ad altri tipi di associazione e comunità.

La diffusione dei nuovi media ha portato al coinvolgimento di ognuno e a condividere problemi di tutti, così come ha contribuito ad appiattire tempi e luoghi e reso l'esperienza "ripetibile" (Boorstin, 1978); le nuove forme di comunicazione possono influire anche sul processo di socializzazione, andando a modificare la capacità di molti gruppi di controllare l'accesso ai propri comportamenti di retroscena, andando a fondere (o confondere) situazioni sociali precedentemente separate, comportamenti pubblici e privati, creando una notevole frattura tra posizione fisica e quella sociale.

Per Mead (1966), le reti informative promosse dai media modificano "l'Altro mediato-generalizzato", così come i parametri, i valori e le convinzioni che non appartengono più ai tradizionali ambiti di gruppo e che offrono agli individui una prospettiva inedita da cui osservare azioni e identità.

Ciò che muta radicalmente è il sistema generale attraverso il quale le persone considerano e valutano le azioni dell'Altro e questo si verifica in particolare con i nuovi sistemi informativi e comunicazionali che rendono oggi pubblici un'intera serie di informazioni/contenuti prima destinati esclusivamente alle interazioni private, mostrando situazioni e avvenimenti che appartengono alla dimensione soggettiva e intima delle persone come la morte in mare, per quanto riguarda i recenti

casi di mobilità umana, la morte di un capo di Stato, la perdita di un familiare durante una calamità naturale.

Dunque non aumenta soltanto l'immediatezza dei contatti umani, ma anche la loro intimità e questa nuova frangente comunicativa - antropologica ha provocato la frammentazione delle antiche barriere sociali, un contatto diretto con le vite personali degli altri contribuendo alla produzione di una crescente informalità delle relazioni umane (Griswold, 2005).

Questa strana mescolanza tra distanza, intimità e informalità trae origine dalla fusione di situazioni sociali precedentemente separate dagli stessi media tradizionali: la carta stampata permetteva, ad esempio, di tenere separati luogo e comportamento, con le tecnologie sociali e digitali gli scenari fisici si fondono con gli scenari comportamentali e cambia così il significato sociale del luogo, provocando la distruzione delle caratteristiche originarie del tempo e dello spazio.

Particolarmente interessante a questo punto è porre in evidenza come l'integrazione dei sistemi di comunicazione e di informazione, aumentando le possibilità di accesso ad un ambiente più vasto e inclusivo, faccia sembrare più probabile e auspicabile l'integrazione culturale, ma ciò che sta emergendo negli ultimi anni è che tale fusione informativa non necessariamente conduce ad una società armoniosa.

La prima conseguenza ha riguardato l'aumento delle tensioni sociali, dovute alla natura pubblica e trasparente dei nuovi media, che ha aumentato la consapevolezza di alcuni gruppi della segregazione fisica, sociale e giuridica (Meyrowitz, 1993); una "coscienza sociale mediata" che è emersa e che si rafforza parallelamente all'emergere dei nuovi processi di comunicazione e di informazione, dove le tematiche, prima di importanza solo a livello locale, diventano oggi questioni nazionali e costringono il "nuovo pubblico" a prendere posizione.

Lo spazio elettronico-digitale non produce atteggiamenti identici in tutti gli individui, ma

« diffonde comunque la consapevolezza e la possibilità di operare delle scelte (...) uniformando le reti informative, favorisce anche la recente formazione di molti nuovi raggruppamenti, più superficiali ed effimeri, che emergono dallo sfondo abbastanza unificato dell'informazione comune» (Meyrowitz 1993, p. 218).

Così mentre in passato i gruppi si formavano in base all'etnia, alla religione o al ceto sociale, oggi è l'esercizio di determinate opzioni che porta alla formazione di gruppi di minoranza i cui componenti sono consapevoli di non poter accedere ad alcune o nessuna delle opzioni disponibili.

In una società mobile l'idea di "comunità" tende ad assumere significati diversi: nel passato era possibile distinguere la comunità come "concetto territoriale", qualcosa cioè che potevamo

localizzare sulla mappa e che possedeva dunque proprietà spaziali, dalla comunità come “entità relazionale”, formata da persone legate insieme da reti di amicizia e di sostegno reciproco (Griswold, 2005).

Nell’era elettronica-digitale oggetti di attenzione sono le “comunità virtuali” (o “tribù telematiche”):

«Ciò a cui assistiamo sono nuove forme associative o meglio aggregazioni sociali che emergono dalla rete quando un certo numero di persone porta avanti delle discussioni pubbliche sufficientemente a lungo, con un certo livello di emozioni umane, tanto da formare dei reticoli di relazioni sociali personali nel cyberspazio» (Rheingold 1994, p.5).

Il rapporto media - comunità ha iniziato in realtà a definirsi ancor prima dell’avvento di internet, precisamente con la nascita della stampa nazionale dove si potevano già osservare sfumature differenti e forme di mutamento tra le comunità esistenti; oltre a quelle costruite attraverso relazioni dirette (precedentemente definite comunità relazionali), possiamo individuare anche quella comunità che Anderson (1983) chiama “comunità immaginata”; quest’ultima si costruisce quotidianamente a contatto con i media, attraverso la lettura di un giornale, una trasmissione radiofonica e descrive la nascita di uno spazio simbolico condiviso, una cultura nazionale e una lingua condivisibili, che è proprio il risultato di queste azioni compiute da milioni di individui.

Le comunità sono sempre state costituite da elementi materiali e simbolici, ma è difficile non riconoscere che queste siano oggi il prodotto di una cultura elettronica in grado di mediare i significati dei testi pubblici e dei simboli della vita quotidiana; esse si definiscono attraverso elementi condivisi e distintivi e questo implica non necessariamente uniformità, ma comunanza e differenza, la presenza di confini e rituali (Silverstone, 2002).

L’aspetto rilevante consiste nel fatto che:

«i suoi membri attribuiscono, o credono di attribuire, alle cose un significato simile, sia in generale, sia rispetto a interessi specifici e significativi e inoltre essi pensano che quel significato differisca da un altro prodotto altrove. La realtà della comunità nell’esperienza della gente è perciò propria del loro attaccamento o del loro impegno verso un insieme comune di simboli » (Cohen 1997, p.16).

I media costruiscono le comunità in tre modi: espressione, rifrazione e critica.

L’intuizione di Anderson (1983) a proposito del ruolo della stampa come creatrice di una comunità immaginata su scala nazionale, è un esempio del modo in cui i media si possano

concepire come “espressione della comunità” ed è attraverso questa intuizione che possiamo comprendere le priorità politiche e sociali, l’identificazione e il livello di partecipazione della comunità, ma allo stesso tempo notare un tipo di esperienza meno diretta, più mediata, causa della rifrazione.

Classi e culture vanno a distinguersi oggi all’interno dello spazio mediale, all’interno dei testi e delle manifestazioni simboliche e, in seguito alla digitalizzazione, sono soprattutto le minoranze e la dimensione locale ad avere uno spazio maggiore nell’ambiente informativo dove emergono “voci alternative” che si concentrano direttamente sugli interessi specifici di una comunità; è evidente dunque come da un lato, le tecnologie della comunicazione offrono una visione alternativa del ruolo del *broadcasting* nella comunità, per la comunità, dall’altro, suggeriscono una visione nuova o comunque alternativa della comunità medesima, favorendo maggiore partecipazione e pluralismo culturale (Silverstone, 2002) .

Sinteticamente è stata questa la strada che ha portato alla *virtual community*, esempio di una nuova socialità di stampo elettronico in grado, forse, di compensare i fallimenti della socialità tradizionale e consentire una partecipazione significativa al processo politico.

L’elemento in comune tra le nuove comunità è l’esposizione agli stessi media, l’essere immersi in una dimensione pubblica e trasparente. Ciò che però porta a rompere oggi i rapporti non è più solo il conflitto identitario di gruppo, ma l’incompatibilità personale, è il continuo mostrare il retroscena di un altro gruppo e il fatto che sembrano esistere un numero maggiore persone con cui si crede di avere molto in comune, che rende le relazioni all’interno dei gruppi sempre più “pure”, cioè maggiormente più libere e fondate esclusivamente sulla gratificazione e lo scambio immediato (Centorrino, Romeo 2012; Couldry 2015).

Allo stesso tempo questi stessi gruppi sono impegnati nella ricerca attiva delle origini e delle tradizioni culturali, consapevoli forse di un crisi identitaria in atto e un senso di relativa mancanza di radici (Meyrowitz 1993; Giddens 2000).

Singoli cittadini, attori sociali in tutto il mondo stanno mettendo in pratica una nuova capacità di comunicare (auto)appresa per portare avanti interessi, affermare i propri valori, costruire progetti.

Erroneamente il processo di comunicazione di massa è stato costruito intorno al concetto di “audience” estrapolato direttamente dalla mentalità delle industrie culturali dei media e delle pubblicità che andavano a definire i potenziali consumatori come “bersagli passivi” (Castells, 2009) per definirne le preferenze e adattare i prodotti a loro destinati,

Con la moltiplicazione dei canali e delle modalità di comunicazione-informazione (a cui non corrisponde sempre una diversità dei contenuti) è stato possibile evidenziare come il pubblico,

ancora spesso frammentato nel panorama mediatico, fosse capace di aggiungere ai codici del mittente propri codici o sub-codici (Eco, 1994) definendo il proprio significante nel processo ricettivo del messaggio significato e arrivare così a costruire il senso del messaggio per la sua propria pratica, lavorando sui materiali del messaggio e incorporandoli in un diverso campo semantico di interpretazione.

Come evidenziato da Russel Neumann (1991), il membro dell'audience è al tempo stesso passivo e attivo, la sua attenzione nel processo di ricezione ed elaborazione dell'informazione, proveniente da fonti sempre più differenti, è scarsa, esso trattiene solo un'esigua frazione di questa: la mente umana raccoglie e valuta le nuove idee, impressioni e contenuti alla luce di schemi cognitivi e di informazioni accumulate dall'esperienza passata.

Il problema è che nel mondo della comunicazione di massa mittenti e destinatari si fondono nello stesso soggetto, così che quest'ultimo (il mittente/ricevente) è costretto a negoziare il senso tra il codice del messaggio che ha inviato e il codice del messaggio ricevuto, interpretare i messaggi che gli arrivano da molteplici canali di informazione; tali soggetti non sono poi entità isolate, ma interagiscono tra loro formando reti di comunicazione che producono senso condiviso.

Nasce così la produzione interattiva di significato definita da Castells (2009) come "audience creativa", la fonte della cultura del *remix* che caratterizza il mondo dell'auto-comunicazione di massa.

La digitalizzazione e la possibilità di creare e condividere contenuti segnano il passaggio dalla sovranità dell'individuo alla centralità delle reti sociali che rappresentano innanzitutto uno spazio di esperienza, un contesto esistenziale, diventato oggi parte integrante della nostra quotidianità .

Ma come molti teorici dei media continuano a ripetere, i media digitali sono tutt'altro che "nuovi": per definirli si usano generalmente cinque aggettivi (Jenkins, 2007): convergenti (tipi differenti di contenuti confluiscono in un unico supporto), distribuiti (i media digitali, a differenza dei tradizionali, non si presentano unidirezionali e centralizzati), ipertestuali (è possibile fruire dei contenuti in modo non lineare, intraprendendo un percorso personalizzato), sociali (creano e alimentano dinamiche sociali, es. Facebook, Twitter), interattivi (gli utenti hanno la possibilità di interagire direttamente con i contenuti).

Ora l'individuo non agisce più soltanto sul terreno della tangibilità, dell'offline, disponendo di molteplici opportunità di azione sociale, l'uomo della cultura digitale nella società multiculturale vive l'etereo, l'intangibilità, realizzando la propria esistenza *online*.

La cross-medialità caratterizza ora quell' elemento fondamentale proprio del mittente/ricevente: il passaggio da soggetto passivo che storicamente sottostava ai contenuti *broadcaster*, a soggetto

creatore di contenuti e quindi attivo, partecipante: quella che emerge è una propensione alla condivisione come tratto distintivo della relazione che si crea nel nuovo contesto tra contenuto e rete sociale.

Rivoltella (2010) definisce le nuove pratiche retorica dell'esposizione, ossia la tendenza a mettersi in scena, a mostrarsi, secondo la logica dell'estroflessione (in medicina il ripiegamento di un organo o tessuto verso l'esterno); ciò avviene mettendo in atto tre tipi di operazioni: - identificazione dell'utente con l'immagine utilizzata nella propria *homepage* (auto rappresentazione), -definizione del profilo online contenente tutte le informazioni personali come gusti, passioni e tendenze (auto narrazione), - la produzioni di narrazioni condivise, tracce digitali che l'utente lascia di sé, accessibili a chiunque faccia parte del suo social network .

Si avvia un nuovo processo storico - culturale che potremmo definire "umanità mediale" (Ceretti, Padula 2016): assistiamo ad un 'interazione e integrazione assoluta tra uomo e macchina, un processo che però è scelto dall'individuo con libertà.

Come si vedrà in seguito, è anche vero però che l'uomo mediale non conosce ancora tutte le conseguenze delle sue azioni in Rete, può leggere e costruire contenuti, ma prevedere marginalmente le ricadute di un suo post/tweet, non percepisce a pieno lo stato d'animo dei suoi interlocutori mediali, quindi possiamo notare come l'ampliamento delle opportunità di relazione e conoscenza, coincidano con l'assottigliamento della naturale propensione dell'uomo al benessere interiore (sicurezza, controllo, certezza), rischiando in questo modo di perdere l'orientamento che la vita materiale mette a disposizione⁴.

L'uomo mediale rischia di assumere quello che Simmel (1903) definiva atteggiamento *blasè*, quello cioè di un individuo perso, distaccato dal reale, in preda ad un attutimento della sensibilità rispetto alle differenza fra le cose che potrebbe determinare un'esistenza emozionale distorta dove soddisfazione o frustrazione dipendono dal numero di *like* ricevuti.

A quanto pare la "nuova audience" trattiene tutti i suoi limiti e le sue qualità, bisogna di continui stimoli educativi e di apprendimenti in un processo in cui i media altro non sono che un suo riflesso, una sua conseguenza, una sua proiezione (Ceretti, 2009).

Il nuovo spazio di comunicazione è spesso interpretato come luogo della manipolazione e di conseguenza i sinonimi maggiormente utilizzati, quando si parla di "virtuale", sono quelli di menzogna e falsità; la sociologa Giaccardi (2012) definisce questa conflittualità, inesatta e in parte superata, "dualismo digitale": non entriamo o usciamo da realtà separate, ma viviamo in uno spazio

⁴ Buoncompagni G. (2018), L'uomo digitale nella cultura mediale, in *Sociologia della comunicazione* n. 55, pp. 87-103.

unico, costituito da *bit* ed atomi, e i nostri sé non sono scissi, ma formano piuttosto un sé aumentato, la vita materiale e digitale si definisce come *continuum* esistenziale, gli stessi media digitali rappresentano scenari di esperienza che possono essere abitati e resi abitabili e anche l'abitare si inserisce nella visione dei media come proiezioni dell'umano.

Nello spazio virtuale il soggetto tende a “plusumanizzarsi”, a radicalizzare cioè la propria umanità trascurando i filtri tipici della socialità tradizionale, consolidando le proprie posizioni e limitando opportunità di legame umano come l'accordo, il compromesso e la conciliazione (Cerretti, Padula 2016.); il rischio, come si vedrà in seguito, è che l'ambiente in cui l'individuo si troverà a navigare, aderisce in modo sempre più armonico con la propria verità, sempre più confermata, costantemente “ostacolato” da fenomeni di odio e disinformazione.

La “plusumanizzazione” è intesa come processo di abbattimento di alcune categorie innate dell'uomo (come la tolleranza, l'accoglienza, il riconoscimento, il rispetto) che va a definire l'*online* come opportunità esistenziale limitata e limitante che da un lato tende a radicalizzare l'umano e dall'altro lo limita nelle sue potenzialità.

Di fatto quella che viene a definirsi è allora una realtà diminuita nella quale l'uomo parzializza la propria umanità, le dimensioni online ed offline vanno lette su grandezze umane differenti, se avvicinate risulterebbero la sommatoria e il prodotto combinatorio delle scelte umane (Bauman, Obirek 2014).

Il punto è che il flusso di nuove informazioni, immagini e idee è ormai costante e non può più essere interrotto e quindi alla privatizzazione della sfera pubblica si affianca anche una sorta di “pubblicizzazione della sfera privata” (Riva, 2012) che va a modificare radicalmente la geografia situazionale della vita sociale; la dimensione pubblica e spettacolarizzata delle emozioni umane, ad esempio, non sembra aver portato a una maggiore tolleranza, come affermavano i teorici della cultura di massa, la presenza continua della sofferenza può avere addirittura attenuato la nostra sensibilità ad essa: i casi di violenza verbale e di “incomprensione dell'Altro”, le morti nel mar Mediterraneo, i casi razzismo, presenti e rappresentati all'interno nuove piattaforme comunicative online, in particolare legati alla questione immigrazione, ci aiuteranno a riflettere più avanti su questo aspetto.

Allo stesso tempo però, la trasparenza e lo stato di interconnessione che caratterizzano fortemente l'inedito panorama mediale fanno apparire “più umani” alcuni gruppi un tempo odiati e temuti e l'accesso alle informazioni espressive dello spazio di retroscena di un “nemico” potrebbe aiutare a diminuire il livello di ostilità nei suoi confronti, anche di fronte ad un contenuto comunicativo verbale piuttosto violento.

I nuovi sistemi comunicativi hanno messo assieme scenari e comportamenti pubblici e privati precedentemente distinti, aprendo situazioni fino ad ora “chiuse”, dando visibilità e voce alle minoranze, provocando il declino dell’immagine dei leader politici, generando comportamenti “particolari” e una “indifferenza” da spazio intermedio dove lo straordinario diventa comune e si fondono le norme comportamentali esterne con quelle interne (Meyrowitz, 1993) .

Il crollo dei confini umani e spazio-temporali delineano a grandi linee una società utopica di armonia e felicità, ma gli esseri umani, citando Mumford (1939), tendono a socializzare meglio a distanza che nelle sfere locali e limitate, raggiungono un rapporto ottimale quando nessun gruppo è visibile all’altro: condividendo uno stesso spazio le differenze tra individui sono molto più evidenti così come è maggiore il loro grado di interdipendenza.

Nell’ambiente allargato dei media l’eccesso di condivisione e l’enorme quantità di informazioni provenienti da tutto il globo (principalmente quella inerenti scandali, massacri e violenze) non conducono necessariamente a tentativi concreti di migliorare le cose attraverso un processo di cooperazione ed integrazione; per Hilgard (1979) l’esposizione ripetuta degli orrori ha di per sé un potere simbolico, la notizia di un evento negativo indica in qualche modo la sua fine imminente e l’intervento immediato di “qualcuno” al di fuori di me.

La trasparenza dell’ambiente mediale, inoltre, favorisce la visione di un numero maggiore di problemi e di fatti negativi di qualsiasi natura provenienti da ogni parte del mondo, eventi, che inserendosi quotidianamente nella nostra coscienza in maniera cumulativa, generano un’incapacità da parte dello spettatore di assimilare o reagire a tutti i temi proposti.

Avendo una maggiore consapevolezza del mondo ed essendo sempre più consapevoli dei problemi altrui, le emergenze cominciano a sembrarci più o meno uguali e si sviluppa un senso di insicurezza e paura di esaurire le nostre energie e le nostre risorse, seguito da un maggiore attaccamento a noi stessi e ad un distanziamento crescente dall’Altro.

1.3 *Modelli d’integrazione nella sfera pubblica transnazionale*

Il rapporto media - immigrazione costituisce oggi una delle possibili chiavi per interpretare scientificamente la modernità e lo stato di insicurezza presente nelle comunità, in quanto all’interno di esso compenetrano gran parte delle caratterizzazioni contemporanee della socialità, dei confini tradizionali entro cui gestire le appartenenze e le differenze.

Lo spazio pubblico e interconnesso viene ri-definito proprio dalle nuove tecnologie digitali che rappresentano la condizione economica - sociale dei soggetti migranti e attribuiscono significato

alla loro mobilità, creano le condizioni inedite per forme di sperimentazione identitaria, favoriscono la sperimentazione di nuove forme di media-azione e sensibilità interculturale tra migrante e società ospitante, tra spazi sociali e virtuali.

Tale condizioni costituiscono le basi per cercare di individuare e definire una possibile sfera pubblica transnazionale-digitale (Riva 2005, Castells 2009, Zorzi 2009), in cui fruizione e contenuti mediali definiscono un nuovo ambiente comunicativo dove è possibile attingere a risorse identitarie specifiche, si favorisce l'interazione di esperienze culturali differenti e vengono a crearsi forme inedite di racconto della diversità e dell'alterità. La relazione fra cittadini di paesi terzi e società ospitante si basa sulla capacità di quest'ultima di garantire ai migranti modalità di partecipazione alla vita sociale, culturale, civile ed economica di un paese, ma questo "patto di reciprocità" prevede che dall'altra parte gli immigrati partecipino attivamente al processo di integrazione, rispettando valori e norme della cultura ospitante, senza rinunciare alla propria identità.

La definizione di "integrazione", suggerita dalla Commissione Europea, è quella di un processo bidirezionale basato su diritti e obblighi reciproci. Il principale obiettivo è l'armonizzazione fra culture differenti e quella che viene definita con il termine di "integrazione culturale", un'espressione che non indica un punto di arrivo, ma piuttosto un percorso fatto di misure attive e progressive che mira a migliorare le competenze (*skills*, diritto di cittadinanza, consapevolezza della propria identità culturale e dunque dei propri valori e della propria storia) di una minoranza nel paese ospitante (UNHCR, 2016).

Fondamentale è individuare lo sfondo culturale - filosofico che muove un preciso modello di integrazione e produce importanti conseguenze sul piano socio-giuridico ed economico: l'immigrato è un lavoratore ospite o nuovo membro della società che dovrebbe fruire appieno del sistema sociale ospitante con gli altri cittadini? E la società che accoglie deriva le sue pratiche da una concezione del mondo su base universalistica o etnocentrica?

Nel tempo le società contemporanee hanno adottato differenti soluzioni per gestire i problemi di relazione fra culture diverse, soluzioni che gli scienziati sociali hanno definito attraverso l'utilizzo del termine "modelli" (Zincone, 2009), ma è a partire dalla fine degli anni ottanta che numerose ricerche hanno più volte evidenziato il fallimento di tali modelli teorici circa il problema dell'integrazione e la mancanza di efficaci strategie di politica sociale. La causa principale di ciò sembrava essere legata alla messa in atto di azioni basate su interventi che procedevano per tentativi ed errori, oppure alla configurazione astratta di tali modelli, non adatti per essere applicati a contesti destinati a mutare continuamente.

A tal proposito le strategie maggiormente menzionate dagli studiosi, il cui dibattito ancora oggi è piuttosto fluido e aperto, sono “l’assimilazionismo” e il “multiculturalismo”, che con le loro specifiche implementazioni e le loro varianti all’interno di contesti disomogenei, hanno risolto in piccola parte i problemi legati all’integrazione culturale, aggravandone allo stesso tempo altri.

Nel primo caso, il modello prevede una strategia d’integrazione diretta, rivolta agli individui.

Più precisamente lo scopo è l’adattamento completo del nuovo soggetto, l’adattamento della persona migrante alla cultura della società ospitante attraverso l’assimilazione di simboli, significati, stili di vita e di relazioni sociali; in questo modo però il migrante si de-socializza rispetto alle norme e ai valori interiorizzati e si ri-socializza secondo le regole e le attese della società che lo accoglie in modo totalizzante (Zanfrini, 2011).

L’accettazione della destrutturazione della cultura originaria fa spazio all’apprendimento della nuova cultura, attraverso uno schema che le scienze antropologiche definirebbero “acculturazione” (Zincone, 2009), l’obiettivo principale di questo approccio è il raggiungimento di “un’uguaglianza politica e giuridica dei soggetti” basata su una cultura pubblica che riconosce neutralità e laicità allo Stato.

Il modello assimilazionista, infatti, attribuisce i diritti all’individuo accettandolo come unico interlocutore, ma non a gruppi sociali o etnici, inoltre lo Stato mantiene un ruolo forte, laico, quello di garante della libertà culturale e religiosa purché non invada la sfera pubblica e resti un fatto privato (Zincone, 2009); l’emergere però di conflitti etnici e di atteggiamenti e proposte politiche razziste e xenofobe, in paesi come la Francia ad esempio, ha messo tuttavia in crisi tale strategia per il raggiungimento dell’integrazione culturale attraverso l’assegnazione della cittadinanza politica e l’uguaglianza giuridica.

Le seconde e terze generazioni di immigrati, in particolare, hanno conosciuto una realtà di disuguaglianze in ogni contesto, dalla scuola al mondo del lavoro: il disagio psicologico, culturale e socio-economico ha generato casi di rivolta nelle *banlieues* parigine ed è mutato in nuove forme di estremismo ideologico, politico-religioso, tipici prodotti della modernità, come nel caso del radicalismo islamico (Pace, 2008).

Questo tipo di assimilazionismo definito “statalista” (Rosaldo, 2001), è ben differente da quello “societario”, tipico degli Stati Uniti, dove il ruolo di garanzia in questo caso viene affidato non allo Stato, ma alla società civile e al mercato; l’assimilazione qui è vista come un processo graduale, quindi il migrante, grazie all’interazione, conoscerà la cultura ospitante e le dinamiche socio-economiche che regolano il paese e il risultato sarà una mescolanza di culture differenti all’interno di un contesto sociale spesso non dialogante e solo apparentemente omogeneo.

Nella cultura americana il processo migratorio viene considerato come una modalità “normale” di incremento della popolazione, causa diretta della crescita del mercato; si riconosce all’ospite una certa funzione positiva nel mercato del lavoro che sviluppa attraverso l’interazione nella società civile, escludendo però il tema della cittadinanza e dell’uguaglianza politica (Pace 2008; Zanfrini 2011).

Questo primo modello appare dunque abbastanza frammentato, lacunoso ed è considerato una strategia ormai superata rispetto a quella del multiculturalismo che sembra rappresentare invece la giusta risposta alla diversità culturale da parte delle società occidentali.

Questa seconda strategia d’integrazione, infatti, è basata sull’idea che una vera accettazione della diversità porterebbe alla nascita di un sistema di diritti paralleli (quello specifico del gruppo etnico entro il sistema normativo della società ospitante, con lo Stato come garante imparziale) e si configura come modello a prevalente intervento pubblico, fondato sul riconoscimento dei diritti dei gruppi e delle comunità e sull’accettazione della diversità.

Lo Stato garantisce trattamenti giuridici e servizi differenziati a favore delle minoranze, il soggetto portatore di una cultura diversa viene riconosciuto attraverso la legittimazione della sua specifica tradizione e della sua etnicità e a meno che non vengano introdotti nel sistema sociale spinte eversive, aporie incontrollabili o rischiosi elementi critici, costumi, credenze stili di vita alternativi, tutto è ammesso e perfino incoraggiato; in questo caso il migrante si configura come cittadino cui vengono riconosciuti i diritti, ma questi sono limitati dall’appartenenza ad uno specifico gruppo etnico (Galli 2008; Zincone 2009).

La conseguenza di ciò è la perdita di importanza del soggetto individuale a fronte della sua comunità linguistica ed una “banalizzazione “ (o *disneyficazione*) delle differenze culturali, in quanto non solo assistiamo alla formazione di gruppi etnici ermeticamente sigillati, ma anche a forme di dialogo interculturale che rimangono folcloriche e superficiali con un alto rischio di rafforzamento di pregiudizi e stereotipi, in grado di polarizzare ulteriormente le relazioni etniche.

Per il politologo canadese Kymlicka (1995) il modello multiculturalista, modificatosi nel tempo in maniera più o meno consistente, ha recuperato meccanismi di tipo assimilazionista (definiti anche di “integrazione civica”) che lo studioso considera più come dei “correttivi”, più che un tentativo di abbandono del modello multiculturalista, che contribuiscono ad adattare la parte teorica della strategia alle diverse realtà culturali -politiche e socio-economiche.

Gli interventi più rilevanti a tal proposito riguardano la formazione e la questione linguistica e l’impostazione di percorsi di apprendimento che consentono al migrante di familiarizzare con la lingua, interagire con la società civile e quindi acquisire quelle conoscenze di base che favoriscono

l'esperienza della cittadinanza. In merito a questo recenti dati e studi (Pace 2008; Galli 2008; El-Maafalani 2019) basati sull'osservazione sul campo mostrerebbero però una evidente incompatibilità tra multiculturalismo e integrazione civica: tali forme di integrazione risulterebbero a tutti gli effetti idiosincratiche perché discendenti dal rifiuto esplicito del modello multiculturale.

Precisamente è possibile individuare due principali fonti di attrito fra le politiche dei due modelli (Kymlicka, 2012):

1) lo slittamento di una cultura dei diritti verso una cultura dei doveri. Vi sono forme di integrazione liberali (es. Paesi Bassi e Danimarca) che offrono programmi di sostegno e formazione obbligatori al migrante e questo perché l'integrazione culturale viene concepita come un dovere e non come un diritto: l'inosservanza delle norme comporta la diretta esclusione del migrante dai rinnovi di residenza e dai diritti sociali;

2) il mutamento nella definizione di identità nazionale da "aperta" a "chiusa". Una concezione dell'identità nazionale chiusa e totalizzante prevede una destrutturazione completa della personalità del migrante per poter abbracciare una nuova identità, priva di tutte le precedenti componenti identitarie.

Tali attriti possono però essere superati attraverso un "modello ibrido" fondato in buona parte su un multiculturalismo corretto da misure assimilazioniste di integrazione civica che prevedono politiche improntate alla tolleranza e ad una concezione aperta dell'identità nazionale, all'interno di un quadro culturale di condivisione degli ideali, difesa dei diritti umani e ricerca di nuovi rapporti di cittadinanza.

L'ibridazione dei modelli può funzionare secondo alcune condizioni ben precise che hanno molto a che vedere con le rappresentazioni dell'immaginario collettivo e gli atteggiamenti dei soggetti sociali⁵:

- il migrante non deve essere percepito come minaccia: i rapporti tra Stato e minoranze devono essere inquadrati nell'ambito di una effettiva politica sociale;
- salda interazione, libera da preconcetti, tra società ospitante e le altre culture, nel rispetto dei diritti individuali;
- percezione dei confini nazionali come sicuri da parte dei cittadini;
- evitare la polarizzazione dello scontro verso un'unica cultura straniera, coltivando una cultura della convivenza;

⁵ Tarozzi M., Torres C.A. (2016), *Global Citizenship Education and the Crises of Multiculturalism. Comparative Perspectives*, Bloomsbury Academic, London.

- percezione del migrante come valore aggiunto, risorsa in grado di rendere più vitale il mercato e quindi di contribuire alla crescita economica della società.

Il forte dibattito ancora aperto tra i responsabili delle *policies*, che oppone modello multiculturale e assimilazionismo, sta iniziando a prefigurare la costruzione di nuovi sistemi di integrazione “misti”, con lo scopo di attivare esclusivamente le potenzialità positive di entrambi.

I mutamenti di natura socio-economica hanno favorito nel tempo l'emergere di nuovi settori produttivi, nuovi mercati, tecnologie e forme organizzative inedite che hanno generato a loro volta nuovi rapporti sociali di produzione. Ciò ha provocato anche una maggiore flessibilità del capitale e della stessa nozione di cittadinanza che, obbediente alle logiche del capitalismo globale, vede il migrante come piuttosto un “transmigrante” (Ong, 1999), dipendente dalla ridefinizione continua dei confini, dalle interconnessioni internazionali e dalla nascita di nuove identità culturali e virtuali.

I fenomeni legati alla transnazionalizzazione (o globalizzazione) hanno provocato esiti inattesi, soprattutto sul piano simbolico, come l'alterazione dei significati di “alterità” e “identità”, di “differenza” e alti livelli di distorsione della comunicazione.

Un elemento interessante evidenziato da Ulf Hannerz (1996) è quello della “de-territorializzazione delle diversità”, che non sono oggi annullate, ma trasformate in maniera radicale, nel senso che possiamo riscontrarne di nuove, con caratteristiche originali rispetto alle vecchie diversità culturali e lo stesso vale per le identità. Parliamo oggi di identità “multiple”, identità “migranti” e identità “comunitarie-virtuali” come effetti locali della globalizzazione (Pred & Watts, 1992; Appadurai 1996).

Concetti differenti, ma accomunati ormai dall'idea di *rete* e di *link*, elementi tipici dell'informatica che si articolano oggi nella società civile ormai caratterizzata dalla mobilità, da migrazioni e ibridazioni di ogni tipo.

Di fronte a questo scenario la giusta domanda da porsi non è più com'è strutturata una cultura migrante e come questa potrà relazionarsi con la cultura ospitante, ma quali processi si attivano fra l'una e l'altra; lo stesso migrante vive il passaggio geografico e culturale in maniera del tutto inedita, in quanto assume una nuova identità meticciasca che lascia solo spazio a nuove forme di interazione con l'Altro, non essendo possibile rintracciare elementi comuni né con la cultura di provenienza, né con quella di arrivo (Gasparini, 1999).

L'idea di nomadismo postmoderno e l'idea di contaminazione sono ben espressi in neologismi come “interculturalismo” e “transculturalità”. Nel primo caso il concetto, che nasce in ambito pedagogico, definisce un tipo di educazione, nonché l'attenzione agli ambiti scolastici e giovanili

coltivata in Europa dalla seconda metà del Novecento, ma si è esteso poi nel campo delle scienze sociali fino ad abbracciare il mondo della migrazione, le questioni inerenti la diversità e i conflitti tra culture (Pellegrino 2009; Tarozzi, Torres 2016).

Il termine “transculturata” invece, oltre ad essere più recente, supera quelle dottrine e pratiche interculturali che insistono sulla differenza, sull’alterità, sui conflitti tra culture, immaginando (e riscontrando nel mondo globalizzato) un nuovo soggetto sociale, “un nuovo tipo di migrante”, slegato dalle radici originarie, aperto al nuovo e al diverso, cosmopolita, cittadino del mondo e portatore di collage e patchwork culturali, lontano quindi da identità fisse, modelli culturali strutturati e stereotipi (Hannerz, 1997).

All’interno di questo nuovo scenario complesso la prima cosa che è possibile rilevare è l’esistenza di una pluralità di culture che rappresenta la base dell’identità, ma che non può più essere intesa solamente come “mosaico culturale”, cioè come un insieme di spazi frammentati, separati da confini che definiscono le tessere di un mosaico e questo perché tali tessere non sono affatto omogenee; per Hannerz (1997) le culture sono plurali, questo però non significa che stiano ordinatamente una accanto all’altra dentro confini storici e geografici ben definiti, tracciati dalla religione e dalla politica, ma che le parti del “mosaico culturale” non si presentano necessariamente come chiuse e soprattutto che non si riproducono in spazi separati e non comunicanti.

Le culture sono processi dinamici, mobili, interconnessi, reti che interagiscono fra loro, e non a caso gli effetti sociologici della transculturalità sono la contaminazione, la mescolanza e l’ibridismo e le esperienze vissute dai soggetti individuali, il nomadismo e la liquidità.

Il mondo dipinto da Hannerz (1996) presenta due dimensioni: quella locale, dove resistono culture strutturate, radici, le vite individuali e quella globale, dove emerge l’interconnessione reticolare e la percezione della transitorietà e del costante mutamento.

A differenza delle precedenti, questa concezione minimizza l’importanza della struttura sociale, identificata nello stato-nazione e focalizza l’attenzione sull’azione sociale, sulle interazioni tra individui e microgruppi, introducendo frammenti di mutamento nella vita individuale: il punto di vista degli attori sociali rappresenta un mondo interdipendente e mobile, alla ricerca di un costante equilibrio fra locale e globale (Weber 1968; Simmel,1989).

Anche Bauman (2005) adottò un approccio simile attraverso il concetto di *habitat*, intendendo non uno spazio dato, definito e strutturato territorialmente, fisicamente, ma un contesto provvisorio e flessibile, generato e ridefinito dall’azione sociale e dai significati simbolici che lo costituiscono; l’ *habitat* è un contesto di significato condiviso che si espande e si sovrappone, è fatto di risorse e di obiettivi che sono le componenti dell’azione, le competenze degli attori stessi.

Fu Wolfgang Welsch (1999), studioso tedesco, a introdurre i concetti di “transculturalità e trans culturalismo”; il primo inteso come un nuovo paradigma dell’identità culturale, una diversa rappresentazione della cultura, non più omogenea e compatta, il secondo come un insieme di visioni e politiche nuove, prodotte dai processi di ibridazione cross-culturale e dai fenomeni migratori; ciò che Welsch (1999) sottolinea è che le società complesse non stanno strutturando una forma culturale unica, al contrario, la spinta transculturale, sempre più veloce, produce modelli differenti che si diversificano nella misura in cui si contaminano e si ibridano.

Le culture contemporanee non sarebbero dunque caratterizzate dall’uniformità, ma da evidenti eterogeneità e mentre il modello multiculturale tende a facilitare la convivenza attraverso lo strumento della tolleranza reciproca, dell’attribuzione di spazi autonomi e autogestiti, l’interculturalismo utilizza la diversità per uno scambio di culture che vada ad ammorbidire le resistenze e favorire la comunicazione e il confronto di idee, flussi di elementi linguistici e culturali (Welsch, 1999). Lo stato di interconnessione (culturale) è favorito proprio dalla comunicazione elettronica immediata e la conferma la si ha «quando l’immagine di Nelson Mandela diventa più familiare dei nostri vicini di casa (...) dunque qualcosa è cambiato nella natura della nostra esperienza quotidiana» (Giddens 2002, pp. 11-12).

Solo il concetto di transculturalità, a questo punto, è in grado di rappresentare la natura delle relazioni fra culture; quello preso in esame da Welsch (1999) è un modello a due livelli: il livello macro della società, dove la transculturalità è intesa come il risultato di processi avanzati in grado di legare apparentemente, attraverso reti sempre più ampie e ramificate, culture più diverse, e il livello micro delle interazioni interpersonali e degli individui.

I concetti di rete, interconnessione, attraversamento rappresentano oggi il movimento e l’evoluzione delle culture sullo scenario globale; anche il concetto simmeliano di “straniero” va a sfumare in una configurazione meticciosa che definisce il soggetto postmoderno al di là della sua cultura, dei sistemi di credenze, del colore della pelle. Sul piano micro, infatti, le identità sono “costruzioni transculturali” dove l’individuo appare come ibrido culturale, al centro di reti, flussi, identità plurime e diversificate che rendono liquida la sua esistenza e gli stessi concetti di cittadinanza, identità civica e identificazione nazionale (Negri 2003, Brancato 2004).

La globalizzazione tuttavia non è facilitatrice di processi transculturali, ma produce anche criticità sociali e culturali, distorsioni, contraddizioni fra spinte omologanti (mcdonaldizzazione) e nuove forme di tribalizzazione e chiusura a fronte della minaccia e imposizione dell’uniformità culturale.

Dunque, l'approccio transculturale focalizza l'attenzione non sulle differenze e sulle polarità, ma sulle intersezioni, sugli snodi che garantiscono i flussi in rete, favorendo così lo scambio e la negoziazione nei luoghi di meticcio e ibridazione.

Teorie e analisi circa il fenomeno dell'ibridazione e la componente simbolica degli eventi globali, con particolare riferimento all'impatto sull'immaginario e sulle rappresentazioni collettive, sono state elaborate da molti studiosi della globalizzazione (Hall 1992; Leghissa 2006), ma particolarmente interessante è la riflessione proposta da Nederveen Pieterse (2010) che pone l'enfasi sulla necessità di connettere fenomeni strutturali e sovrastrutturali, focalizzando la ricerca sulle trasformazioni dell'economia globale e sulle implicazioni epocali che queste hanno avuto sui processi culturali.

La teoria da lui elaborata ripercorre i processi d'internazionalizzazione partendo da lontano e recuperando concetti come "egemonia" e "impero", concentrandosi in particolar modo sulla disuguaglianza sociale e sui movimenti più recenti che si oppongono alle conseguenze discriminatorie e antidemocratiche della globalizzazione (Nederveen Pieterse, 2003).

Ciò a cui è particolarmente interessato riguarda le ricadute culturali dei processi globalizzanti e il concetto di "ibridismo", che rappresenta il nucleo dei suoi studi socio-antropologici; un concetto che verrà utilizzato come "strumento ermeneutico" per interpretare le dimensioni culturali della globalizzazione collocate in contesti antropologici più ampi, rivelando come i flussi interculturali rappresentino lo sfondo dinamico dello sviluppo in tutte le fasi storiche.

A partire dalle nostre comuni origini africane l'umanità si è evoluta secondo uno schema dominato dall'ibridismo culturale ed è in questo senso che l'occidentalizzazione non deve essere confusa con la globalizzazione; mentre la globalizzazione contemporanea ha prodotto nuove dialettiche delle frontiere, l'incremento del nazionalismo nei processi comunicativi, di produzione e consumo, parallelamente abbiamo assistito all'emergere di nuovi confini, che a loro volta, producono restrizioni in materia di politiche di contenimento del rischio e migrazione.

Il processo di integrazione, per Nederveen Pieterse (2007), è la rappresentazione stessa della globalizzazione, in cui la diffusione del capitalismo globale favorisce sia forme di mobilità umana sia, allo stesso tempo, produce nuove stratificazioni e nuove gerarchie.

Alla base del suo pensiero emerge un altro interessante concetto, apparentemente un ossimoro, quello di "multiculturalismo globale" con cui lo studioso prova a spiegare le caratteristiche peculiari delle culture locali e la realtà appiattente e omologante della globalizzazione, un concetto che include sia i processi reticolari individuabili nei fenomeni transnazionali, sia l'accentuarsi della dimensione multiculturale (globale) intesa come frammentazione di nuove forme di "lealtà -

fedeltà” con la quale si tenta di spiegare l’equilibrio tra le culture e le trasformazioni che attivano la mobilità umana a livello globale.

Non è un caso se Neederveen Pieterse (2003, p.20) parla di culture al plurale definendole “*software* in uso in dispositivi specifici”, forme cioè di apprendimento emotivo e cognitivo legate a contesti circoscritti come nazioni, città, gruppi etnici oltreconfine, comunque (involontariamente) sempre connesse.

1.4 Pregiudizio culturale e delle tecnologie

Nell’era della comunicazione elettronica - digitale le culture hanno più livelli e più significanti, sono in grado di attivare processi di unità e condivisione, ma allo stesso tempo, anche conflitti con l’alterità e questo perché le culture si presentano come “agenzie di creatività e trasformazione” in grado di contaminarsi e riciclarsi, di interagire e di scontrarsi; rimane comunque un errore definirle come ciò che distingue le persone, perché esse sono anche quello che i popoli condividono (Pitteri, 2006).

La trasparenza e la dimensione pubblica dei nuovi media definiscono un “nuovo realismo” (o una nuova modernità) che si esplica nelle forme di partecipazione attiva anche dal punto di vista informativo come la capacità di registrare, documentare e raccontare la propria quotidianità, gli avvenimenti personali, le proprie idee, la propria visione del mondo all’interno degli ambienti mediali.

Un ritorno dunque al reale già saturo di narrazioni e contenuti di differente natura che definiscono l’attuale stato connessione e di media-azione, una nuova forma di economia nella relazione tra finzione e reale, rafforzata da una cultura sempre più visiva: un’ immersione in una oceano di visualità che richiedono nuove modalità di immaginazione (Codeluppi, 2018).

Le nostre storie e le nostre conversazioni sono presenti sia nelle narrazioni quotidiane, sia in quelle formalizzate dei media e le loro strutture e i contenuti sono interdipendenti e ci consentono di inquadrare e misurare l’esperienza:

« Al centro dei discorsi sociali che rivestono l’esperienza e la rendono concreta, e per i quali i media sono diventati indispensabili, si trova un processo di classificazione: l’espressione di distinzioni e giudizi (..) una questione etica ed estetica. Possiamo gestire la nostra vita solo se esiste un minimo di ordine, sufficiente a fornire quel tipo di sicurezza che ci permette di procedere nelle giornate» (Silverstone 2002, pp. 32-33).

Internet, in particolare, offre uno spazio e un traffico globale di idee, credenze, immagini che si trasformano in “eventi condivisi” come se l’informazione equivalesse a conoscenza, come se un post o un tweet avessero lo stesso valore della conversazione, come se i *rumors* globali fossero vera comunicazione.

Per questo una delle prime questioni principali che si è voluta affrontare in questa sede è stata proprio in merito all’estensione dell’esperienza mediata, al mutamento del concetto di alterità e a come culture terze e virtuali possano incontrarsi/scontrarsi e svilupparsi, insieme a forme comunicazione - cooperazione interculturale ed istituzionale negli spazi online ed offline.

Nell’approfondire i processi di comunicazione e il ruolo delle tecnologie sociali e digitali applicati al complesso tema dei flussi migratori e della cultura globale, si ritiene sia particolarmente importante far riferimento fin da subito ad alcuni concetti innisiani, nati all’interno della cosiddetta Scuola di Toronto, che si ritengono essere assunti teorici estremamente stimolanti ed utili per una equilibrata comprensione e analisi critica di quanto sarà trattato più avanti in merito al rapporto tra media, istituzioni e processi migratori.

Gli equilibri delle istituzioni e delle civiltà, secondo Harold A. Innis (1951), dipenderebbero da un lato, dalla loro capacità di controllare il tempo e lo spazio, fattori che permettono l’estensione sul territorio, la circolazione delle informazioni e il sorgere un governo che garantisca una continuità istituzionale, l’accentramento del sapere, dall’altro dal tipo di medium utilizzato, in quanto capace di determinare l’organizzazione, il livello di convivenza e la cultura di una civiltà, alterandone in alcuni casi gli equilibri. L’introduzione della radio, ad esempio, comportò un’importante frattura nell’interazione tra nazioni guidate ancora dal medium della stampa e nazioni dominate dal nuovo medium televisivo contribuendo alla loro incomunicabilità e allo sviluppo dei conflitti mondiali nel XX secolo (Miconi, 2001).

La storia umana è la storia della comunicazione caratterizzata dalla competizione tra diversi media. In particolare, la storia delle società avanzate è stata definita da quattro fasi e quattro differenti tipologie di comunicazione (Ong1986, McLuhan 1997, de Kerchove 1991; Griswold 2005): fase tribale, quella della comunicazione orale, fase alfabetica - tipografica (fondata sull’organizzazione razionale della conoscenza, fase dei media elettronici, dove si restituisce all’uomo una dimensione comunitaria e tribale (villaggio globale), fase cibernetica - digitale (definita dal *brainframe*, schema di percezione della realtà), anello di congiunzione tra evoluzione dei media e trasformazione della struttura sociale).

I media studiati inizialmente da Innis sono il papiro, la pergamena (ecc..), tecnologie che lo studioso definisce “caratterizzanti”, spazi che influenzano direttamente la percezione della realtà,

ridefinendo il rapporto dell'uomo con il mondo (Bolter, 1992) e tecnologie "fondamentali", cioè tipi di medium che agiscono sulle dimensioni dello spazio e del tempo facendo guadagnare a chi le utilizza un nuovo potere sulla natura (Popitz, 1996).

L'aspetto più interessante però, che emerge dagli studi di Innis, è la concezione di media come "linguaggi" (e non semplici strumenti di trasmissione di contenuti) così come l'idea che ogni forma di comunicazione possieda un *bias* (influenza o pregiudizio), che circonda la proprietà specifica di un *medium* e segna la demarcazione tra quello che un mezzo di comunicazione può fare e non può fare (Miconi, 2001); il termine *bias*, nel senso di "influenza deformante", indica come i media condizionino pesantemente l'esistenza di una civiltà controllando il tempo (rinforzando memoria e coscienza collettiva) e agendo sullo spazio (attraverso la trasmissione a distanza dell'informazione); *bias* inteso invece come "pregiudizio" è un concetto ancora più complesso e rappresenta la massima preoccupazione teorica dello studioso canadese.

Gli antropologi, a partire da Pitt-Rivers (1906), sostengono che l'intrusione di una cultura in altre sia un passaggio piuttosto pericoloso in grado di provocare "disastri", in quanto lo spostamento di una cultura ad un'altra significherebbe muovere verso contesti nuovi anche forme di comunicazione inedite in grado di provocare gravi "squilibri" nelle comunità.

Innis (1951) sottolinea come sia rischioso applicare i propri concetti, formati all'interno di una precisa cultura, in altre regioni o situazioni istituzionali: i media determinerebbero i contorni di una civiltà condizionando i sistemi di pensiero che si sono sviluppati all'interno nel tempo; dal *bias* dei media scaturirebbe quindi la difficoltà di comprendere altre culture e il rischio di generare conflitti.

Per comprendere una civiltà o una particolare situazione storica - sociale ad essa connessa, è necessario studiare i suoi media dominanti, uscendo dal *bias* della propria cultura, costruita dalle proprie tecnologie e dai propri media dominanti.

In altre parole, per andare oltre il pregiudizio comunicativo è necessario valutare una civiltà basata su un certo medium, conoscere il medium stesso e "valutare il suo significato", solo in questo modo avremo una rappresentazione credibile e non etnocentrica:

« Per Said (1995), ad esempio, la conoscenza occidentale dell'Oriente non è altro che frutto di una "rappresentazione speculare su base etnocentrica", fondata sull'applicazione della categoria di altro da sé; l'Oriente non è altro che una categoria di riferimento inventata dall'occidente attraverso un "processo di testualizzazione" » (Miconi 2001, p.35).

La cultura occidentale ha impropriamente attribuito a se stesso una "prerogativa di razionalità", descrivendo quelle orientali come "irrazionali"; tale dicotomia infondata è stata più volte oggetto di

critica da parte di numerosi studiosi, tra cui Fabian (1983), che riconosce in questo caso un atteggiamento di pregiudizio utilizzando l'espressione "rifiuto della contemporaneità".

I sistemi di pensiero non sempre si equivalgono, e spesso, possono essere formulati e valutati solo all'interno del contesto delle condizioni che li hanno generati, ma è possibile rintracciare una terza via, sulla quale si è indagato nel percorso di ricerca, che tiene conto del legame tra tecnologie, mobilità umana, istituzioni ed interculturalità.

La strategia da adottare consiste nel risalire alla matrice che caratterizza tutte le civiltà e questa è rappresentata proprio dalle tecnologie della comunicazione:

« si lascia sfuggire il fatto che le attività conoscitive degli individui differiscano da società a società (...) Alcune delle differenze più generali possono attribuirsi alle nuove potenzialità della conoscenza umana creata dai mutamenti che si verificano nei mezzi di comunicazione. (...) Molte differenze tra le civiltà si possono rapportare a differenze nei sistemi di comunicazione (...) il pensiero retroagisce sulla comunicazione (...) solo in misura limitata i mezzi di comunicazione possono essere separati (...) dai rapporti di comunicazione, costituendo essi, insieme, il modo di comunicare» (Goody 1990, pp. 26-27).

I nuovi media, anche inglobando le caratteristiche delle tecnologie precedenti, non modellano la personalità e la cultura in modo totale, ma sono i cambiamenti nei modelli comunicativi che contribuiscono, non poco, al mutamento sociale, culturale ed istituzionale-politico di una civiltà e per questa ragione sarebbe più corretto considerare i media come "tras-formatori di cultura e coscienza", in quanto le trasformazioni sociali non sarebbero poi così immediate, ma sempre precedute da uno "sfasamento culturale" e parallelamente, quando una cultura si inserisce in un nuovo medium, la funzione, i significati e gli effetti delle tecnologie precedenti vengono modificati (Ogburn, 1964).

L'analisi dei media, applicata alla lettura di un fenomeno sociale complesso come quello delle migrazioni, dovrebbe tener conto della centralità delle tecnologie nella nostra vita quotidiana in quanto parti del tessuto generale dell'esperienza e quindi dimensioni culturali, politiche e sociali che contribuiscono alla nostra capacità variabile di dare senso al mondo, di costruire e condividere i suoi significati, considerando anche l'elemento umanistico, oltre che quello umano.

Essendo le tecnologie della comunicazione cruciali nei processi di produzione di distinzione e di giudizio, essendo in grado di mediare la dialettica fra l'esperienza e la classificazione che dà forma all'esperienza, è necessario comprendere la valenza costruttiva e strategica di quel processo che verrà illustrato e analizzato più avanti, definito "media-azione", un processo costruttivo di luoghi,

di identità, di sensibilità e cooperazione interculturale, successivo alla fase di mediatizzazione (e a quella della “semplice” mediazione).

Un processo e strumento teorico di analisi che si è ritenuto necessario considerare in questa sede per uscire dal proprio *bias* comunicativo, aprendosi alla differenza e ampliando le proprie narrazioni dal punto di vista culturale, al fine di creare una sorta di equilibrio informativo e di azione nello spazio mediale connesso.

Cap. 2 L'Altro nella società digitale

In un ambiente fortemente mediato e mediatizzato la costruzione dell'Altro attraverso una "vicinanza despazializzata", intesa come mancanza di contatto - azione in uno spazio non condiviso, finisce per dipendere esclusivamente da processi cognitivi-simbolici, seguiti da atteggiamenti contrapposti (es. valorizzazione - rifiuto; disponibilità - indisponibilità) e potenzialmente influenzabili da narrazioni stereotipate e pregiudiziali (Thompson 1998; Bauman 2000; Appadurai 2001).

L'esistenza umana è antropologicamente una struttura aperta che si espone sempre ad una necessaria mancanza e insufficienza che richiede obbligatoriamente la partecipazione dell'Altro; non è possibile, infatti, pensare di fissare l'individuo a una sua identità esistenziale, confinarlo entro i margini di una rigida staticità culturale o chiuderlo in se stesso.

In questo senso aprirsi alla Differenza diventa una pratica sociale e culturale necessaria per vedere in se stessi e vedersi in quanto stranieri: abbiamo bisogno dell'Altro nel permanere della sua estraneità, il soggetto stesso si configura in "rapporto all'Altro e con l'Altro" (Cesareo, 2001).

2.1 L'estraneità nello spazio interconnesso

L'analisi sociologica e tecno - comunicativa risulta utile per provare a ridefinire argini e confini, a riconnettere reti e tessuti a (ri)considerare il fenomeno migratorio alla luce del paradigma giuridico - istituzionale, sociale e culturale dell'ospitalità, in tutta la sua paradossalità (Husband 2000; Marci 2017).

Le frontiere entro cui cerchiamo di custodire le nostre identità, più o meno gelosamente, si fanno sempre più labili e rigide per il decentramento dei processi produttivi e dislocazione economica. Il vero rischio è che queste si trasformino in solide barriere, strumenti di difesa di un'identità culturale; è anche innegabile che un'apertura indiscriminata delle frontiere non aiuterebbe in alcun modo un'inclusione sociale pacifica, ordinata e flessibile, soprattutto in assenza di un'adeguata e programmata regolamentazione dei flussi migratori.

A rendere ancora più complessa l'interpretazione e l'analisi di tale scenario è il diritto internazionale che non riconosce il nuovo spazio comunicativo, globalizzato e multiculturale come spazio "aperto e interconnesso", ma sembra seguire ancora la logica della frontiera (non solo territoriale), suddividendo il mare in tre zone distinte: zona economica esclusiva, zona contigua, zone delle acque territoriali (Debray 2012; Marci 2017).

Dunque, mentre l'economia sconfinava, supportata dalle logiche globalizzate della finanza, il diritto ha bisogno di limiti, di luoghi precisi e delimitati ed è in questo senso che la legge stessa si ritrova, paradossalmente, a dividere l'omogeneo e il diverso, il residente dallo straniero (mantenendoli comunque in costante rapporto) e il confine diventa uno "spazio di confine", uno spazio che mettendo in contatto separa, ma che separando mette in contatto identità, culture e soggetti differenti: un incontro che si rafforza e diventa inevitabile negli spazi online che, ospitando pubblici da ogni parte del mondo, diventa ambiente digitale - interculturale per definizione (Chen 2005; Shuter 2012).

Il problema reale che mette in conflitto la questione etica - umanitaria, con quella politica, culturale e giuridica in merito ai flussi migratori, è questo enorme paradosso, tra cultura, comunicazione globale - digitale e un diritto che, nell'era dell'interconnessione, non riesce a configurarsi come "aperto" e "globale", appunto⁶.

La correlazione tra unione e separazione rimanda al simbolismo della porta di Georg Simmel (2011, pp. 3-4):

« la porta presenta, in modo più netto, come separazione e congiunzione non siano altro che due facce della medesima azione; ma dal momento che può essere aperta, la sua chiusura offre il sentimento di una più forte chiusura nei confronti di tutto ciò che è al di là di questo spazio, più incisivamente di quanto non lo faccia la parete priva di ogni articolazione ».

La possibilità di un passaggio si concretizza nel pensiero simmeliano e si lega ad un'altra questione, quella cioè dello "sradicamento" che attraversa la civiltà post-industriale e post-materiale e finisce per caratterizzare il nostro modo di muoverci nel mondo. La condizione dell'essere radicato nell'"assenza di luogo", e quindi dello sradicamento, è di gran lunga la più pericolosa "malattia" della società umana (Weil, 1996) perché si moltiplica generando perdita dei vincoli comunitari e della coerenza di significato del mondo, ovvero, la crisi della civiltà europea.

Superare il conflitto socio-culturale e giuridico - istituzionale e quel paradosso tra sfera tecnologica ed economica - giuridica, significa innanzitutto ripartire dall'esperienza dello "sradicamento" che ci pone inesorabilmente in rapporto all'estraneità dell'Altro, del mondo e di noi stessi nel mondo, ripensando la dimensione essenziale dell'ospitalità (Marci 2003; 2017); infatti,

⁶ Buoncompagni G. (2019), *L'Alterità e il diritto all'ospitalità*, testo disponibile al sito: <https://larivistaculturale.com/2019/08/07/l-alterita-e-il-diritto-all-ospitalita/>.

mentre lo scambio economico considera l'uomo come individuo astratto, svincolato dai legami sociali, promuovendo un'integrazione senza inclusione, l'ospitalità considera la persona come Altro, come Estraneo all'interno però di un solido sistema di reti sociali.

Da tale visione differente dell'individuo come attore sociale, protagonista attivo o passivo, all'interno di un contesto socio - economico che muta, derivano due modi di intendere l'inclusione sociale: da un lato, come rapporto sociale che accoglie la diversità conservandola nella sua irriducibile alterità, dall'altro, come integrazione e dunque come relazione astratta, indifferente al sociale.

All'interno di questa situazione di globale estraniamento emerge la necessità di ripensare, di riconsiderare la capacità universalizzante di un diritto capace di includerci "come altri tra altri", valorizzando la nostra estraneità e "consegnando" la nostra alterità al piano giuridico di un'inclusione ospitale: nell'ospitalità c'è una promessa politica di riconciliazione, da un punto di vista estetico, sociale e comunicativo (Han Chul, 2017).

2.2. Linguaggio e narrazione

I migranti, gli esiliati, gli espatriati, gli espulsi sono tutti soggetti legati da una nostalgia comune al di là dello loro *status* giuridico, da una loro lingua "materna" (Derrida, 2000), che non è solo prima e ultima condizione dell'appartenenza, ma è allo stesso tempo anche l'esperienza dell'espropriazione, è già "lingua dell'altro". La lingua materna rimane sempre legata a noi al di là del contesto in cui siamo collocati, si muove soltanto a partire da noi.

Il rapporto che intratteniamo con la nostra lingua è di natura ermeneutica, siamo dati entro un orizzonte linguistico che dobbiamo continuamente tradurre e interpretare anche se alcuni concetti e alcune parole, nati in particolari fasi storiche e contesti culturali specifici, che appartengono a "culture nazionali", sono difficili da tradurre.

Partendo da questo aspetto, considerare l'Europa come istituzione che mira a unire ed includere potrebbe risultare un "errore", in quanto la sua essenza è racchiusa nelle differenze, nelle contraddizioni, nelle pluralità semantiche che la caratterizzano, proprio a partire dalle lingue nazionali (Debray 2012; Marci 2017).

Sarebbe errato anche considerare il linguaggio come semplice medium o mera tecnica, in quanto il linguaggio è il modo attraverso il quale costruiamo il reale e, grazie alla sua natura mutevole, da cui deriva la capacità di tradurre da altre culture, esso è in grado di "ospitare" altri idiomi nel suo

contesto linguistico disappropriandosi della sua originalità. Ogni traduzione è in qualche modo un esercizio, o meglio, un'esperienza di ospitalità.

I termini tradotti, ad esempio, possono essere compresi e ricordati,

«possono venir riconosciuti attraverso la ricorrenza; sono a portata di mano, ma non si tengono in palmo di mano (...) lo straniero non può infatti ritenere che la sua interpretazione del nuovo modello culturale coincida con quella diffusa fra i membri interni del gruppo. Al contrario, egli deve prendere in considerazione le discrepanze fondamentali nel vedere le cose ed occuparsi delle situazioni » (Schütz 2013, p.24).

Ogni traduttore vive della differenza delle lingue, la stessa traduzione si fonda sulla differenza ed è per questo che si può ritenere il tradurre una “pratica d'accoglienza” dell'Altro senza pretesa di omologazione o assimilazione; è necessario però che il linguaggio «fornisca sempre anche la possibilità che nuovi termini emergano, che le relazioni fra termini esistenti siano ridefinite, quindi che lo siano anche i termini esistenti, inseparabili dalle loro relazioni » (Blanchot 2010, p.83) .

L'ospitalità si configura anche come uno spazio linguistico - comunicativo capace di proteggere la differenza tra i soggetti, in grado di legare culture e tradizioni, mantenendo aperto l'orizzonte del proprio mondo, prestando attenzione all'incontro e costruendo insieme un futuro e obiettivi comuni.

Quest'ultimo aspetto, in particolare, ci porta a soffermarci su un'altra complessa dimensione dell'ospitalità e del rapporto con la Differenza, quella mediatica, che riguarda soprattutto i flussi migratori, cioè il movimento spesso forzato di quei popoli spinti per necessità a chiedere accoglienza in una dimora straniera, un fenomeno sempre più percepito nella sua amplificazione, come “allarme sociale”.

Le nuove tecnologie e lo sviluppo pervasivo dei media condizionano il nostro contatto con l'Altro e avvicinano la nostra esperienza quotidiana al mondo globale mediato, definito dalle relazioni stesse. In questo senso l'azione dei media, può essere intesa come “azione di demarcazione” (Silverstone, 2009), in grado di definire confini nazionali e linguistici, e allo stesso tempo, capace di costruire identità e relazioni sulla base di interessi comuni, stili di vita condivisi, convinzioni politiche affini.

Centrale è dunque il ruolo dei mezzi di comunicazione nella costituzione di uno spazio civico, sociale e morale. Oggi più che mai, i media sono lo specchio della diversità connaturata nel tessuto sociale europeo in quanto non si limitano a riprodurre la diversità, ma contribuiscono attivamente alla sua proliferazione.

In questo senso provare ad andare oltre l'analisi del racconto mediatico sul tema delle migrazioni e della diversità culturale, considerando, come si vedrà nei capitoli successivi, l'importanza dei media locali – interculturali - digitali e le strategie comunicative messe in atto dalle istituzioni ci pone di fronte ad un approccio alternativo alla nostra idea di inclusione, di (inter)cultura e di *open information*⁷.

Velocità, frammentazione e dilatazione caratterizzano la comunicazione online e l'*overload* informativo, mettono a dura prova il ruolo di mediatore del giornalista professionista; tale sovraccarico di contenuti è dovuto principalmente a due aspetti. Il primo è legato all'aumento esponenziale di contenuti che il giornalista professionista ed i "pubblici attivi" in Rete producono all'interno delle piattaforme social (con l'alto rischio di creare disinformazione, condividendo contenuti senza verificarne le fonti); il secondo aspetto si lega ai tagli degli organici che costringono i giornalisti ad una produzione frenetica, il cui prezzo finale è un impoverimento della qualità e un appiattimento o cambi delle *routines* redazionali e l'utilizzo linguaggi stereotipati (Sorrentino 2004; Jenkins 2007; Corte 2014).

L'idea dunque di informazione come processo di scambio e di comunicazione, che consente l'incontro tra diversi, che allarga le reti relazionali e favorisce nuove forme di reciprocità negli spazi in Rete, rischia di perdere la capacità di attribuire senso, di costruire identità, di formare l'opinione pubblica, proprio perché non riesce più a collegare, a mettere in comune, a creare condivisione.

Il risultato è una produzione discorsiva emotivamente coinvolgente sul tema, ma di fatto distorta, orientata più a costruire confini nell'immaginario sociale e a legittimare la distinzione tra "loro" e "noi", che non a fornire indicazioni utili per sviluppare politiche di integrazione e cittadinanza.

In una società interconnessa e multiculturale l'informazione ha il compito di promuovere le relazioni interculturali che coinvolgono diverse visioni del mondo, spesso opposte tra loro, ma che incoraggiano atteggiamenti di empatia e sensibilità, coinvolgono processi di adattamento e apprendimento, azione e collaborazione e si prefiggono di trovare una soluzione integrata.

Forme di racconto come quello etnico rispecchiano tali caratteristiche e mirano a favorire un processo di adattamento culturale fra persone di differente cultura.

Garcea (1996, p.190) a tal proposito definisce meglio l'idea di un "giornalismo interculturale":

⁷ Buoncompagni G. (2018), *Towards more open information: digital media as moral, civic and multicultural environments*, testo disponibile al sito: <https://www.tafterjournal.it/2018/07/15/towards-more-open-information-digital-media-as-moral-civic-and-multicultural-environments/>.

«un complesso di attività cognitive e comportamentali che influenzano sia la nostra esistenza nella cultura in cui siamo nati, sia occasioni di contatto con altre culture (..) rappresentano un'acquisizione intellettuale che si completa nel momento in cui registriamo nella nostra mente l'esistenza di mondi diversi dal nostro, e li rispettiamo per mezzo del nostro comportamento».

Ciò che viene posto in evidenza è la necessità di iniziare innanzitutto un percorso/racconto comune, tra noi e l'altro, tra soggetto/oggetto dell'informazione, non tanto improntato all'accettazione e al rispetto di stampo universalistico, bensì sulla possibilità di individuare i reali punti di differenza e di conflitto, imparando a gestire quest'ultimi in maniera non violenta.

In realtà il racconto giornalistico dovrebbe sempre basarsi su una narrazione di tipo interculturale, non dovrebbe cioè limitarsi a registrare la presenza di persone di differente cultura all'interno di uno spazio definito, ma compiere un passo in avanti assumendo un atteggiamento di rispetto, evitando forme di criminalizzazione del diverso e instaurando un dialogo con le istituzioni (a partire da quelle locali).

2.3 *I media etnici*

Con le nuove tecnologie le immagini e la voce dell'Altro diventano una presenza/assenza regolare sia nei *dossier* di approfondimento, nella pubblicità, nei reportage di crisi e catastrofi.

La questione però non si limita solamente all'apparire o allo scomparire dell'Altro nei media.

All'interno dei flussi informativi negli spazi online e offline diviene fondamentale l'importanza dell'ascolto e dell'essere ascoltati, il processo di attribuzione di senso, quello che Charles Husband (2000) definisce “il diritto di essere compresi”.

La polifonia culturale nello spazio comunicativo non ha senso se le voci che la compongono non vengono ascoltate e comprese, per questo gli *ethnic media* (media etnici o multiculturali) hanno un ruolo maggiore nella sfera pubblica digitale.

Così come i giornali locali stanno tentando di riconquistare una propria “autonomia” informativa, anche il mercato dei media etnici è in continua crescita; quest'ultimi, oltre a svolgere un servizio di interesse pubblico fondamentale per le comunità, sono mezzi d'informazione che rappresentano un luogo di discussione e di scambio tra “voci autoctone” e “voci migranti”, promuovendo il pluralismo culturale e informativo.

In Italia, grazie alla Ong Cospe è stata costituita nel maggio 2005 una Piattaforma nazionale dei Media Multiculturali Italiani che ha provato ad elaborare strategie di lavoro comune.

La forza e la quantità dell'informazione prodotta dai media multiculturali aumentano grazie ai nuovi spazi e linguaggi in Rete, attraverso *blog*, *social network*, *chatroom*, che offrono un contributo potenzialmente irrinunciabile nello sviluppo della società contemporanea; rispetto al sistema *mainstream* è di fondamentale importanza notare come internet si configuri, per la sua natura pubblica ed interattiva, come uno spazio che si contraddistingue per la sua “ospitalità mediatica”.

I mezzi di comunicazione etnici di minoranza stanno ricoprendo una posizione sempre più importante all'interno del nuovo ambiente mediatico - digitale e ciò che li contraddistingue, rispetto al *mainstream*, è la loro capacità e volontà di rivolgersi propria alla comunità di riferimento e, allo stesso tempo, alla cultura dominante, proprietà irrinunciabile per la cultura pubblica del futuro: riconoscere la differenza culturale anche nello spazio mediale, implica ospitalità e quindi un'apertura verso lo straniero, la volontà di concedere tempi e spazi sulle piattaforme della cultura dominante.

Una corretta narrazione, ospitale, che dia voce all'Altro, potrebbe invece evidenziare come l'Italia e l'Europa non siano messe in crisi tanto dall'arrivo di migranti e rifugiati, quanto dalle disparità nella loro accoglienza e nelle politiche di integrazione, dalla frammentazione nazionalista, dalla gestione non trasparente delle frontiere interne ed esterne che genera illegalità e violenza (Silverstone 2009; Marci 2017).

Le caratteristiche principali di apertura, trasparenza e condivisione dei media digitali potrebbero essere un vantaggio da questo punto di vista. Per loro natura si configurano come spazi ospitali per gli “Altri”, aperti a identità e racconti differenti e tale condizione potrebbe essere un punto strategico positivo per trasformare lo spazio mediale in un “luogo della tolleranza e della solidarietà”, ma come accennato serve ancora tempo, educazione e competenza di tipo digitale e interculturale.

Connessione e relazione sono le due parole chiave delle nuove forme di partecipazione e di comunicazione offline/online che definiscono uno “stato di co-abitazione”; più precisamente, il prefisso “co” di coabitazione va assunto nel suo senso più profondo non solo unione, vicinanza all'altro, ma anche simultaneità.

Coabitare vuol dire piuttosto condividere « quella prossimità spaziale in una convergenza temporale in cui il passato di ciascuna possa articolarsi nel presente comune per trovare la consonanza di un comune futuro» (Di Cesare 2014, p. 69), un futuro che sia fondato sulla capacità dell'ascolto dell'Altro e sul superamento delle logiche di intrattenimento presenti troppo spesso nelle narrazioni mediali.

Cap. 3 Oltre le logiche dei media

Sulla base di quanto detto finora è chiaro che le società non possono essere ridotte entro i confini nazionali, in quanto non sono più delle “totalità”, ma “gradi di sistemicità” (Giddens, 1984) che si sollevano sullo sfondo di numerosi flussi e relazioni differenti che attraversano (e ignorano) i confini nazionali e gli “spazi di azione” (Zielinski, 2006) capaci di collegare ciò che è separato e che, rappresentati da tutti i media digitali, grazie alla loro connettività globale, definiscono una percezione del mondo come singolo contesto sociale e culturale per la prima volta nella storia.

3.1 Incertezze e pratiche nei nuovi media

Con lo sviluppo tecnologico prestazioni e percezioni acquistano una nuova elasticità, l’azione in qualsiasi luogo si collega in prospettiva ad azioni che prendono forma in altri contesti.

Le fotografie delle torture compiute dall’esercito americano nella prigione di Abu Ghraib, i video e immagini dei segni e delle percosse e torture sui corpi dei migranti in Libia, le decapitazioni degli ostaggi catturati dai gruppi jihadisti rappresentano alcuni esempi più recenti di come il digitale favorisca l’espansione della circolazione di contenuti di qualsiasi natura che prima difficilmente avrebbero acquisito una dimensione pubblica, compresi quelli con scopo di denuncia sociale o politica.

A questo proposito è importante ricordare come Innis (1951) differenziasse i media “orientati al tempo” (*time-biased*) e quelli “orientati allo spazio” (*space-biased*): la rete internet trasforma tempo e spazio come “riserva”, modifica cioè lo spostamento delle comunicazioni nello spazio non solo in estensione, ma anche in termini di complessità; questo perché

« il ripiegamento dello spazio dell’informazione di internet nello spazio dell’azione quotidiano richiede una comprensione diversa di quello che può essere fatto, dove e da chi (...) l’esperienza di vita è diventata un’esperienza di fronte ai media» (Couldry 2015, pag. 4-6).

Lo spazio mediato che abbiamo a disposizione è profondamente radicato nella dimensione dell’apparire, definita da Thompson (1998) “la nuova visibilità”, ma come si preciserà più avanti, l’estensione dello spazio e l’enorme quantità d’informazione hanno reso l’ambiente mediale “sovrasaturo e instabile”, per questo Gitlin (2001) utilizza l’immagine dei media come “torrente”, un

flusso saturo di elementi visivi e testuali che quotidianamente ci schiaccia e rende la società stessa poco equilibrata, provocando cambiamenti sempre più complessi nelle possibilità di organizzazione del sociale.

Questo aspetto, così come altre importanti questioni legate alla “creazione di miti” sul tema delle tecnologie digitali, ad esempio l’idea di connessione, democratizzazione, di libertà dell’informazione o quella di una maggiore armonia politica e proficua collaborazione tra cittadino e istituzioni, suggeriscono di procedere con cautela e mostrano allo stesso tempo alcune “ferite” tuttora aperte che nemmeno internet, spazio pubblico e interattivo, sembra essere riuscito a lenire (Lanier 2006; Morozov 2011).

La prima “ferita” da mettere in evidenza è che la grande quantità di dati presenti nel mondo digitale è sempre più in mani private.

Lessig (2002) sostiene che l’architettura aperta della rete sta diventando un qualcosa che appartiene al passato, un ambiente tutt’altro che neutrale, costituito da accordi politico - economici tra gestori di telefonia; internet è sì uno spazio aperto, ma non così libero e disponibile a tutti.

La seconda “ferita” è legata alla problematica del *digital divide*, una questione che sarà ripresa anche più avanti e che non esclude nemmeno le comunità migranti. In moltissimi paesi ormai, come Gran Bretagna, Danimarca, Stati Uniti, i livelli di accesso a internet sono talmente elevati che il mondo online è divenuto un punto di riferimento universale, anche se non sempre scontato; fuori dall’Occidente però smartphone e computer rimangono ancora alla portata di una ristretta minoranza (Seiter 2005; Couldry 2015) e il genere, così come l’etnia o le differenze di classe stratificano l’accesso alla rete internet⁸.

A tal proposito Régis Debray (1996) ricorda come esistano grandi differenze fra le possibilità fondamentali di utilizzo della tecnologia e quanto (e come) questa venga utilizzata poi nella pratica: l’uso è più “arcaico dello strumento”.

In terzo luogo, l’espansione geografica e l’utilizzo dominante della lingua inglese hanno comportato un interessante mutamento su gruppi di *audiences* principalmente arabi, cinesi, giapponesi, in quanto se la lingua madre o la seconda lingua appresa è appunto l’inglese, le probabilità di avere molti lettori su internet sono di gran lunga superiori a quelle di chi parla e scrive solo in *marathi*, ad esempio (Curran, Fenton, Friedman 2012).

Sembrano esistere una “pluralità di mondi” dei media, ma si tratta di un’illusione mascherata da queste “ferite”, nonostante l’entusiasmo iniziale in merito alla rivoluzione digitale.

⁸ Internet World Stats (2016), *World Internet Usage And Population Statistics*, testo disponibile al sito: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>.

L'epoca delle nuove tecnologie sembra essere segnata da profonde incertezze. Ad esempio si è iniziato a concepire i media non più come circuito chiuso di produzione, distribuzione, ricezione, ma come un processo più complesso in grado di mediatizzare e mediare estendendosi nello spazio, si è assistito al passaggio dal *medium di pubblicazione* al *medium di comunicazione* che ha cambiato radicalmente non solo il “che cosa” ma anche il “chi” dei media, e ha reso ancora più complesso distinguere produttore e consumatore delle comunicazioni di massa (Thompson 1998).

Emergono contesti del tutto diversi e nuovi attori mediali “misti”, dagli adolescenti che caricano le loro produzioni video su YouTube dai loro cellulari, al giornalista che scorre gli aggiornamenti delle *news* sul proprio iPad, alle celebrità che twittano prima e dopo uno spettacolo, fino ad arrivare ai *ihadisti online* e ai migranti disperati che filmano in diretta video scene di violenza e le infinite traversate sul Mar Mediterraneo.

Queste situazioni apparentemente lontane, che presentano delle notevoli differenze alla base, sono però accomunate da pratiche di produzione, costruzione e condivisione di un contenuto che vanno dalla produzione di commenti al tenersi aggiornati con le notizie online; a tal proposito Couldry (2015) suggerisce l'utilizzo del termine “presenziare” per indicare gli atti con cui gli attori mediali “misti” gestiscono, attraverso i media, una “presenza per gli altri” nella dimensione dello spazio e nel tempo:

«un insieme di modi, potenziati dai media, in cui individui, gruppi e istituzioni mettono in circolazione informazioni su se stessi e rappresentazioni di se stessi, per il fine generale, di mantenere una presenza pubblica (...) la dimensione pubblica di Facebook, ad esempio, è il risultato di un aggregato di sfere private» (Couldry 2015, pp.65-66).

Prima ancora che una pratica, il presenziare è una “oggettivazione di sé” (Miller, Slater 2000), un progetto del sé che permette di avere una presenza pubblica al di là della propria presenza fisica e che si stabilizza attraverso sequenze di azioni pratiche e ripetitive.

Il tutto prende forma all'interno di “piattaforme connesse” (Gillespie, 2018), enormi infrastrutture che connettono contenuti e soggetti di *background* culturale differente, “nuovi media saturanti” (Bird 2000, Ruddock 2008) come i centinaia di canali televisivi via cavo o satellitari, l'accesso veloce e continuo al World Wide Web e ai diversi media da telefoni e computer mobili, o le interfacce da molti a molti per il *broadcasting* continuo nello spazio e nel tempo come siti di *social networking* come Facebook e Twitter.

Tale ondata di saturazione mediale ha trasformato le varie pratiche (alcune inedite fino a qualche anno fa) come il costruire, il selezionare, il condividere e consumare contenuti online, da atti

ripetitivi in abitudini d'uso: la molteplicità mediale e l'accesso ad internet hanno permesso l'utilizzo quotidiano di "polimedia", di media differenti sempre più connessi (Madianou, Miller 2011).

Alcune tendenze decisive si sono messe in moto in termini sia di pratiche medialità (come l'utilizzo di *app* per guardare il meteo di una nazione dall'altra parte del pianeta, caricare su Facebook le foto di famiglia o guardare un vecchio film su una nuova piattaforma dedicata al cinema d'autore) sia di consumo (ad es. il declino delle vendite dei quotidiani cartacei o degli ascolti dei telegiornali locali o nazionali), ma non in tutti i Paesi, non allo stesso modo e nello stesso periodo.

Nel 2012 il 65% dei finlandesi fra i 15 e i 29 anni leggeva almeno un quotidiano, rispetto al 24% negli USA che nel 2010 vedeva invece un calo del 45,1% dei lettori adulti, mentre il consumo di quotidiani da parte dei giovani svedesi "rimane ancora forte" anche nel 2016 ⁹; per quanto riguarda il nostro Paese, nove italiani su 10 guardano la tv e 1 su 2 ascolta quotidianamente la radio; rispetto al 2016, in Italia si registra un calo del numero dei lettori di giornali, ma il 12% degli under17 sfoglia ancor almeno un quotidiano a settimana¹⁰.

A livello globale il consumo di informazione attraverso i "vecchi media", suggerisce Paul Starr (2009), potrebbe resistere ancora perché la costante disponibilità e il sovraccarico di contenuti in rete trasforma l'informazione in una informazione simile a notizia.

I "formati" rappresentati dal giornalismo moderno sono stati sostituiti da "storie di notizie" indifferenziate, raccontate a più voci più o meno definite, raccolte da *audiences* sempre meno definite, che proprio per questo acquistano un valore continuamente decrescente per le istituzioni medialità che preferiscono investire economicamente su gruppi di consumatori "di nicchia".

3.2 Mediatizzazione e logiche medialità

Quanto brevemente descritto finora sarà poi ripreso nei successivi capitoli in maniera più specifica con uno sguardo critico in merito alla presentazione mediatica dei flussi migratori in Italia, all'interno delle piattaforme digitali e nei principali quotidiani italiani in rete, soffermandosi in particolare sull'utilizzo dei nuovi media da parte dei migranti.

⁹ World Press Trends Database (2016), testo disponibile al sito: <http://www.wptdatabase.org/>.

¹⁰ PrimaOnline (2017) "Nove italiani su 10 guardano la tv e 1 su 2 ascolta la radio. I dati dell'Annuario Istat", testo disponibile al sito: <https://www.primaonline.it/2017/12/28/264968/dati-annuari-o-istat-2017/>.

Per ora, nonostante la complessità del panorama mediale, ciò che è interessante evidenziare è che il (parziale) declino dei mass media non sembra corrispondere affatto al declino della “centralità” dei media .

I media rappresentano oggi un punto di accesso al “centro” della società, le relazioni tra le nuove tecnologie e il sociale si intrecciano con le forme culturali, economiche, informazionali e politiche che sono costantemente mediate; l’immagine stessa della politica, ad esempio, che circola all’interno dello scenario comunicativo, non è esclusivamente un “tipo di narrazione” tra le altre, ma sottende lo “spazio delle apparenze” della politica contemporanea (Thompson, 1998).

Sul rapporto tra media, informazione e politica emersero alcuni studi già a partire dagli anni Settanta del secolo passato, quando maturò la convinzione di essere all’apice di un processo di autonomizzazione del sistema media rispetto agli altri agenti di socializzazione nella costruzione di conoscenza e nella produzione di cultura; uno dei nuclei principali di questo lavoro scientifico è costituito dagli studi sul giornalismo, come elemento determinante dell’impatto trasformativo dei mezzi di comunicazione di massa sulle società occidentali attraverso le rappresentazioni medialità della realtà¹¹.

Un concetto-chiave piuttosto interessante, che va a considerare i media come “nuova coscienza collettiva”, è quello di “logica mediale” (*media logic*), un meccanismo crescente di influenza prodotto dai sistemi di comunicazione che pervade tutta la nostra quotidianità.

Secondo l’analisi proposta dai due studiosi Altheide e Snow (1979), gran parte delle nostre conoscenze condivise, e le istituzioni sociali tutte, vengono continuamente trasformate dalla logica e dalle forme medialità; i media, forza sociale, forma di comunicazione che ha una “particolare logica di per sé” (Elliot, 1972), diventano un modo di vedere ed interpretare gli eventi sociali.

Nel momento in cui una logica mediale viene utilizzata per rappresentare e interpretare questioni legate alla politica, allo sport o alla religione « forma e contenuto vengono alterati (..) nella società contemporanea ogni grande istituzione è divenuta parte della cultura dei media» (Altheide, Snow 1979, p. 72). Rifiutando una visione del sistema mediale come un condizionamento stimolo - risposta, l’idea proposta è che sia il comunicatore, che il membro dell’*audience*, impieghino una particolare logica; i media si configurerebbero come “potenti” perché le persone stesse hanno adottato la loro stessa logica mediale.

Alla comparsa della televisione seguì una maggiore consapevolezza legata al fatto che lo sviluppo tecnologico comportava parallelamente l’incremento dell’elemento industriale e

¹¹ Marini R. (2019), Dalla media logic alla politica della paura, in *Cosmopolis*, Dip. Scienze Politiche, Perugia.

soprattutto dell' "elemento organizzativo", cioè della « tendenza a costruire imprese in cui, intorno agli apparati tecnici, cresceva la necessità di apparati professionali e manageriali di notevole ampiezza» (Marini 2017, p.8).

Troppo spesso viene sottovaluto (e dato per scontato) il fatto che i media possano trasmettere informazioni, idee, sentimenti attraverso vari formati da loro imposti, ma questo implica l'esistenza di un meccanismo di fiducia implicita tra pubblico e sistemi informativi e, allo stesso tempo, vi è il timore che quest'ultimi possano distorcere (o distorcano) ciò che viene pubblicamente presentato determinando in maniera volontaria schemi di comportamento (ad es. come le persone votano, giudicano, a cosa credono o cosa apprendono).

L'aspetto inedito e interessante dello studio sulla *media logic* non riguarda tanto l'intento dei media di modellare gli atteggiamenti dei pubblici, quanto il fatto di concepire la comunicazione di massa come un processo interattivo tra la comunicazione dei media e come questa viene interpretata e messa in atto dai diversi pubblici (istituzioni comprese).

La visione del giornalismo visto come un settore che "costruisce" conoscenza attraverso l'informazione fa emergere l'interesse scientifico per la sua dimensione organizzativa che mette in luce l'omogeneità della cultura professionale del mondo dell'informazione e l'autonomia del mondo giornalistico rispetto alle influenze esterne (Boni 2004; Marini 2017).

L'organizzazione assume una propria logica che, prima ancora che riversarsi sui pubblici, coinvolge i suoi membri in modo impersonale, attraverso prassi e norme ben consolidate.

Questa visione sembra richiamare una concezione "tecnomorfista" della cultura e dell'uomo dove il *medium* è descritto come prolungamento della nostra percezione e della cognizione, conferendo in questo modo una forma alla conoscenza, determina la modalità con cui si costruisce la cultura nell'epoca in cui esso risulta dominante (Innis 1951; Miconi 2017).

Da qui prende forma il concetto di "mediatizzazione", venuto ad esprimere «un processo di contaminazione e trasformazione a carico di molteplici sfere della cultura e della politica » (Marini 2017, p.12) rintracciabile in forma differente in tutti i media sociali, a partire da radio e televisione che hanno dimostrato di possedere una forza culturale dominante, capace di modellare la cultura dell'intera società (*media culture*).

Le tecnologie della comunicazione non possiedono una natura oggettiva, non sono da considerarsi parte integrante delle istituzioni che rappresentano, ma «sono forze dominanti alla quale le altre istituzioni si conformano» (Altheide, Snow 1979, p.78), la loro forma e il loro contenuto vengono alterati divenendo parte della cultura dei media.

Il risultato è una solida interazione tra media, linguaggio e comportamento organizzato delle istituzioni e su questo aspetto il pensiero di Georg Simmel (1950) anticipava già alcuni interessanti aspetti circa la *media logic*, nel momento in cui definisce la forma come un processo, senza una chiara struttura, grazie al quale “la realtà viene resa intellegibile”, un *framework* processuale della comunicazione tra pubblico e media attraverso cui avviene la produzione dei significati della realtà sociale.

La forma è data dal *medium* stesso, grazie alla sua essenza economica, organizzativa e tecnologica, dimensioni interdipendenti che racchiudono in loro stesse la razionalità (*logic*) che il medium mette in azione:

« la logica dei media costituisce questa forma (...) i moderni mezzi di comunicazione sono una tecnologia e in quanto tali portano in sé una connotazione di razionalità. Di conseguenza, sia il comunicatore sia l’audience sono orientati verso una razionalità della comunicazione del tipo mezzo-fine: rapida diffusione di informazione vitale ad un costo relativamente basso» (Altheide, Snow 1979, p.78).

Al concetto di forma, si affianca quello di “formato” (*format*) che sta a indicare il modo in cui i contenuti mediali vengono prima organizzati e poi presentati secondo una “logica organizzante” (ricorrenza); più precisamente, i formati della comunicazione di massa sono “formati dell’intrattenimento” , ciò che l’audience si aspetta è ricevere un’informazione accurata e aggiornata che corrisponda ai suoi bisogni pratici e i produttori sono costretti ad impegnarsi al massimo dando così l’impressione « di essere accurati e attuali » (Altheide, Snow 1979, p.79).

Da precisare che i due studiosi non concentrano la loro analisi sul processo di ricezione, ma indagano sull’interazione tra intrattenimento e “coscienza mediale” intesa come consapevolezza sociale costruita all’interno dei programmi radiofonici e televisivi nell’ambiente informazionale:

«siamo convinti che le persone, adottando una logica mediale, abbiano in effetti sviluppato una coscienza che influenza il loro modo di percepire, definire e rapportarsi con l’ambiente» (Altheide, Snow 1979, p.16).

Questa inedita “forma di comunicazione” che Altheide e Snow (1979) riconoscono e che caratterizza la moderna società urbana, è ancora più evidente se ci si sofferma, come accennato, all’analisi della produzione delle notizie, in particolare quelle televisive, definite come “forme di conoscenza” (Park, 1940), il cui attuale formato dipende proprio dallo stretto legame tra tecnologia, immagine/intrattenimento e *audiences*.

I produttori di notizie costruiscono le *news* dopo un'accurata selezione degli eventi basata « sulla conoscenza per deduzione riguardo al pubblico, su assunzioni riguardo alla società e su un codice o una ideologia professionale» (Hall 1973, p.86); ciò che ne esce è solo apparentemente un insieme di informazioni scollegate, mentre in realtà sono delle nuove storie codificate e classificate « assegnate ai diversi (e diversamente graduati) spazi nei media e gerarchizzate in termini di presentazione, status e significato».

Notizie e programmi sarebbero costruiti su una efficiente strategia di “quotidianizzazione” e di “familiarizzazione” dei formati e dei contenuti proposti che mirano a costruire un meccanismo di fiducia verso la televisione attraverso quelle “quasi-interazioni” precedentemente definite “sitate”; Boorstin (1961) parla di “pseudo-eventi” per spiegare il significato dell'esperienza televisiva, un'esperienza che riproduce tratti di realtà per i pubblici anche se tale artefatto segue esclusivamente le logiche dell'intrattenimento.

Gli spettatori subiscono così un'alterazione delle aspettative di ciò che può realmente accadere “fuori” dalla televisione a causa di questa sostituzione tra le due realtà, arrivando a considerare quanto riprodotto in televisione come rappresentativo della vita reale.

Come nella teoria della coltivazione proposta da Gerbner e Gross (1976) la logica dei media attiva un “processo di acculturazione e formazione” della conoscenza e della coscienza delle cose che riguardano il mondo che si traduce in una “subcultura professionale” (mediale e giornalistica), con standard operativi e una propria visione del mondo, in grado di offrire al pubblico la forma strutturale e poi il contenuto delle rappresentazioni di realtà precedentemente modellate.

Appare evidente come l'industria televisiva, e prima ancora quella dei quotidiani, abbia promosso l'idea dei programmi come rispecchiamento della realtà (*mirror image*):

« in tale contesto, quando le vicende di un crimine diventano oggetto della programmazione televisiva, si dispiega un ulteriore dispositivo di realismo, connesso alla familiarizzazione, quello di seguire le attività di indagine della polizia, con aspetti di spettacolo e coinvolgimento, come la costruzione degli identikit degli indiziati» (Marini 2017, p.21).

Il nuovo formato, la dimensione organizzativa e la presenza di un *bias* mediale hanno favorito l'attivazione di un ulteriore processo che allontana l'idea di giornalismo come un settore che costruisce conoscenza attraverso l'informazione e che quindi svolge un ruolo culturalmente determinante: quello del *commercialism* (mercantilismo). Da strumento di formazione della cittadinanza, l'informazione diviene strumento di profitto, i produttori di *news* dei consulenti di marketing.

La conseguenza evidente è una maggiore tensione e attenzione alla pianificazione del lavoro e alle scadenze, la notizia diviene *business* e intrattenimento, i resoconti sempre più brevi e il pubblico da ricevente diviene definitore di significati e arbitro di ciò che è rappresentato come notizia:

« ogni cambiamento nel giornale, da allora, ha avuto lo scopo di perfezionarlo come merce in modo da renderlo rispondente alle esigenze di mercato. (..) i “piani alti” (lo staff direzionale) dominavano completamente il giornale, ma l’equilibrio di potere si è adesso spostato nella direzione dei “piani bassi” (lo staff commerciale)» Hughes (1940, p. 23).

Nelle parole di Liliensfeld e Bensman (1973, p.208):

« il giornalista sentendosi incastrato dalla periodicità delle uscite, dal fatto che sta vendendo una pubblicazione, è costretto ad anticipare la risposta del pubblico in termini di ciò che egli definisce notizia bile o avente “*human interest*” (...) Questo significa che il flusso della sua attenzione deve essere coerente con “il flusso naturale dell’attenzione dell’audience. Egli deve lasciar perdere alcune storie e il suo interesse per gli eventi come eventi in sé stessi, si sposta verso l’impatto drammatico sui pubblici, o verso la valutazione da parte del giornalista stesso di ciò che scandisce interesse del pubblico».

Oltre a quella della coltivazione, emerge qui un richiamo anche ad altra fondamentale teoria della comunicazione di massa, la cosiddetta *agenda setting* (McCombs, 2004) che insieme alla *media logic* descrive l’idea di un’influenza esclusivamente mediale, di una omogeneità culturale di un sistema informativo che si riversa sull’opinione pubblica in maniera del tutto inadeguata, dove l’*audience* stessa, per interpretare i contenuti medialità, utilizza la stessa logica organizzativa prodotta dai contenuti stessi.

In questa fase in cui si riconosce il processo di “rispecchiamento” le istituzioni si mediatizzano fino a diventare “ istituzioni medialità di secondo ordine” (Altheide e Snow, 1979); anche le istituzioni sociali seguono la stessa logica sia per comunicare al proprio interno, sia tra di loro.

Si potrebbe a questo punto sostenere che numerose strategie istituzionali adottate siano state poi (spesso) alterate proprio per l’applicazione di una logica mediale propria dei formati televisivi, in quanto il nostro ambiente e la nostra cultura sono la televisione.

La logica delle notizie è accompagnata da una logica di presentazione e di confezionamento, o meglio, da “un’estetica della messa in onda” che consiste nell’applicazione di vari metodi (o rituali strategici) come la selezione di un campione di telespettatori, la scelta di notizie maggiormente

riconosciute, la visione di foto/clip scrupolosamente selezionati dalle redazioni, il carattere di *entertaining formats* (spettacolarizzazione e sensazionalismo) il tutto per avere un buon *rating*.

Una produzione informativa che si propone come fine esclusivo l'intrattenimento è principalmente costruita sul "frame della paura", dell'insicurezza, della minaccia, su emozioni negative che costituiscono strategie politicamente significative e attive da un punto di vista simbolico, tipico della "narrativa del controllo" dove minacce interne ed esterne vengono semplificate attraverso logiche dicotomiche come "noi-loro", "buono-cattivo", "bene-male", facilmente riscontrabili all'interno del discorso pubblico sul tema immigrazione (Altheide, 2006).

La maggior parte delle tematiche hanno come elemento in comune la "paura", dove il significante (l'argomento) e il significato (la paura) diventano una cosa sola all'interno di un unico contesto; ad esempio, nel momento in cui vengono costantemente riprodotte immagini, vicende e storie di crimini in *loop*, queste sono rivissute (*re-experinced*) dal pubblico, favorendo così un effetto di insicurezza, allarme sociale e disorientamento emotivo (Manning, 1987).

Assistiamo quindi a una forma di giornalismo malato di "istituzionalismo" e che è in grado di offrire "storie" sì stimolanti, ma non diversificate, così come limitato nell'offrire punti di vista sul mondo e fonti assolutamente identiche, mentre le fonti per l'informazione locale spesso differiscono in realtà da quelle dei *network* e questo dipende dalla disponibilità di *budget* più ampio che permette di approfondire gli eventi internazionali diramati dalle agenzie di stampa.

Questo avviene perché purtroppo il giornalismo, in particolare, ha ceduto nel tempo agli effetti trasformativi e distorcenti dell'intrattenimento e si è « ampiamente modellata la presentazione delle notizie internazionali (..) e per un centinaio di anni sono state i principali definitori dei "valori notizia" nel mondo, di ciò che fa diventare un evento notizia» (Tunstall 1977, p.45).

L'organizzazione burocratica del mondo ad opera dei giornalisti, la continua oscillazione tra fiction e realtà, il carattere non sostantivo dell'informazione, ha favorito il passaggio dall'era dell'informazione a quella del "post-giornalismo":

«il giornalismo non rinascerà fino a quando i formati dell'informazione non verranno riconosciuti, valutati ed elaborati avendo in mente criteri giornalistici autentici, piuttosto che con mandati organizzativi e non sostantivi» (Altheide, Snow 1991 p.24).

Questa breve riflessione sul concetto di *media logic* è particolarmente utile per comprendere i tratti fondamentali di come si struttura l'informazione e il ruolo del pubblico "risucchiato" nel vortice dell'intrattenimento e del marketing mediale, in quanto si ritiene che all'interno della

narrazione dei flussi migratori in Italia, più avanti analizzata, sia possibile individuare alcune delle “logiche” qui descritte.

Allo stesso tempo, concentrandosi principalmente sull’analisi del racconto migratorio e delle sue conseguenze socio - culturali e politiche all’interno delle piattaforme digitali, sarà interessante provare a riconoscere (e superare), al termine di questo percorso di ricerca, alcuni *bias* comunicativi, distorsioni e “regolamenti mediali” nei social network, come Twitter o Facebook, considerando gli interessanti spunti in merito offerti già da gran parte della letteratura scientifica sul tema¹².

Viene dunque da chiedersi: all’interno degli ambienti digitali si estende sempre la stessa logica o i media ne acquisiscono una completamente nuova? E una volta individuata, è possibile andare “oltre”, superando così forme di presentazione e dell’intrattenimento, provando a parlare di una “cultura mediale inclusiva”?

3.3 Verso la “Media-azione”

Prima di passare alla parte più empirica della ricerca, un primo tentativo utile (di carattere teorico-concettuale) per tentare di ridefinire il potere dei media, superando le sue logiche, è soffermarsi sul concetto di “mediazione”, storicamente differente da quello di “mediatizzazione”, descritto nel paragrafo precedente.

Altheide e Snow (1979) sostenevano che l’effetto della “mediazione” si fosse in realtà già verificato nella fase di costruzione del rapporto media- istituzioni sociali e che fosse ormai onnipresente in quanto parte della *media logic*; questo perché, come già visto, essi tendevano a descrivere varie tipologie di logiche (formati di presentazione, dell’intrattenimento, *commercialism*...).

In questo sede però non sarebbe di nessun aiuto considerare la mediazione come parte costitutiva della logica dei media e si ritiene per questo più corretto riprendere innanzitutto le parole di Silverstone (2002) che suggerisce di pensare ai media come “processo di mediazione”, riconoscendo innanzitutto un punto di contatto evidente fra i testi mediali e i loro lettori o spettatori:

« la mediazione comporta il movimento del significato da un testo a un altro, da un discorso a un altro, da un evento a un altro. Comporta una costante trasformazione dei significati su ampia e su piccola scala, in

¹² Si pensi ad es. al ruolo degli algoritmi, al fenomeno delle *fake news* e del *confirmation bias* esposti da Pariser (2011) e Quattrocchi (2017).

misura rilevante o irrilevante, dal momento che i testi mediali e i testi che trattano dei media circolano in forma scritta, orale e audiovisiva, e dal momento che contribuiamo, in modo diretto o indiretto, come individui e come collettività, alla loro produzione » (Silverstone 2002, p.35).

La mediazione consiste nella circolazione del significato, non è solo un flusso di comunicazione a due livelli che inizia con la costruzione e l'invio di un messaggio. In questo caso i significati mediali transitano attraverso una "intertestualità senza fine" attraverso testi primari e secondari dentro e fuori gli schermi, sottoforma di discorsi, parodie e altre forme di opere letterarie artistiche e musicali, all'interno del quale produttori e consumatori agiscono provando ad attribuire senso al mondo mediato.

Parallelamente però i significati mediali vengono usati « per escludere il mondo, distanziarci da esso, dalle sfide della responsabilità e della cura, per sfuggire dal riconoscimento della differenza» (Silverstone 2002, p. 36) e l'essere "dentro" i media costituisce un doppio problema, perché sembra quasi suggerire l'idea di una nostra partecipazione forzata nello spazio comunicativo che rende ancora più complesso comprendere l'effettivo "potere" dei media da un lato, e di come sia complesso uscire dalla "cultura dei media" dall'altro:

« siamo come linguisti che cercano di analizzare il proprio linguaggio, dall'interno ma anche dall'esterno (..) un linguista non esce dalla struttura mobile della lingua reale (..) più di quanto un uomo possa staccarsi dalla sua ombra» (Steiner 1984, p.108)

La mediazione è un'attività etica ed estetica, un processo a " quattro vie" ¹³:

-fiducia: processo di traduzione ci permette di identificare un valore nel testo a cui ci rivolgiamo che intendiamo comprendere e comunicare agli altri; essa è preconditione di ogni comunicazione efficace;

-aggressione: dove ogni atto di comprensione è intimamente appropriato e pertanto violento, i nostri discorsi in riferimento ai media sono spesso pieni di riferimenti a questi come ideologici, condizionati e addirittura falsi;

- incorporazione: è l'atto di appropriarsi del senso attraverso il consumo e l'addomesticamento del significato;

¹³ Silverstone R. (2002), *Perché studiare i media?*, il Mulino, Bologna.

-restituzione: identifica una rivalutazione: il traduttore restituisce il senso, aggiungendone altro nel corso del lavoro.

La mediazione, così come la traduzione, non può essere mai perfetta, ma presenta un elemento in più che riguarda la sua capacità di offrire una spiegazione della realtà tanto quanto della testualità; i significati mediali si muovono sia fra i testi, ma anche nel tempo e attraverso il tempo e lo spazio, dal pubblico al privato, dall'istituzionale all'individuale, dal globale al locale.

Ipotizzando una scala ascendente di tali processi che vedono protagonista il processo di azione dei media in rapporto alla società, la mediazione si configura come “fase di passaggio”, successiva alla mediatizzazione: una fase, che non si limita a descrivere l'azione plasmante dei media sul sociale, ma prova ad uscire da una visione mediocentrica arrivando a capire in che modo emergono i significati, dove e con quali conseguenze e in che modalità poi produttori e consumatori agiscono, provando ad attribuire senso al mondo mediato.

Anche considerando il concetto di mediazione come “processo” (Silverstone, 2002) si ritiene sia ancora difficile rispondere alle domande di ricerca presentate nella parte introduttiva di questo lavoro.

La definizione finora data appare, infatti, ancora troppo legata ai formati, all'aspetto testuale e di “traduzione”, a un prodotto di un lavoro istituzionale e tecnico basato su parole e immagini, i cui significati emergono senza una precisa attenzione al linguaggio, senza la necessità di provare a ricreare un testo originale.

Proprio per questo, la mediazione si presenta sicuramente un'espressione più “aperta” e meno rigida rispetto al concetto di mediatizzazione, in quanto riconosce e definisce un punto di connessione tra media e dimensioni sociali e culturali, ma comunque poco determinata e vulnerabile all'abuso, legata esclusivamente all'“esperienza della visione e del vedere” (Silverstone, 2002), che non considera la complessità dei nuovi ambienti comunicativi in rete, l'esperienza piena di partecipazione e la nuova condizione mediale del cittadino globale nello spazio sociale-digitale.

L'obiettivo che ci si è posti è quello di comprendere e superare il *bias* comunicativo - giornalistico (Innis, 1951) e alcune logiche presenti nella narrazione dei processi migratori e quindi nei concetti di alterità, ospitalità e differenza mutati nel corso del tempo parallelamente allo sviluppo delle nuove tecnologie sociali, valorizzando le azioni istituzionali e la polifonia culturale nei diversi media.

Dunque si prospetta la necessità di andare “oltre” la fase di mediatizzazione e mediazione, proponendo l’introduzione di un’ulteriore fase (o concetto), quello di “media-azione”, nozione empirica e scientifica in grado di suggerire nuove e significative azioni causali, precedentemente indefinite, tra eventi strutture, azioni, uno strumento teorico che farà da sfondo al seguente lavoro di ricerca e che permetterà di analizzare e comprendere in maniera più approfondita il legame tra i tre elementi oggetto dello studio: migrazione, tecnologia e istituzioni.

La media-azione rappresenta “una estensione” del concetto di mediazione, è la piena azione dei media come “azione di demarcazione” presente in ogni aspetto del sociale e rappresenta il punto d’incontro tra la rappresentazione mediata del mondo e il mondo reale, tra il pubblico e il privato, tra pensiero e azione, tra discorso e giudizio (Silverstone, 2009).

È uno spazio di ascolto, di confronto e di negoziazione a livello interculturale - istituzionale in grado di riconoscere la “dignità della differenza” (Sacks, 2002) e riprodurre un punto di equilibrio comunicativo - informativo all’interno di una situazione di conflitto, riconoscendo svantaggi e vantaggi, criticità e agevolazioni, generando un punto di vista quanto più possibile oggettivo.

Il processo di media-azione genera lo spazio per “nuove voci”, mettendo a confronto fatti e processi apparentemente opposti, inconciliabili, tracciando un percorso comune costruttivo in termini psico-sociali, giuridici e antropologici; essa si configura come il tentativo di ripristinare un impegno autentico e genuino nella difficile impresa del comunicare e individuare potenzialità strategiche di relazione e di informazione all’interno della sfera pubblica digitale.

L’immigrazione rappresenta, forse molto più di tante altre tematiche sociali, una questione entro cui contrasti, differenze, visioni divergenti si rivelano maggiormente sfidanti e dove il rapporto tra racconto mediatico e analisi di un fenomeno sociale mostra ancora oggi delle evidenti fratture e discordanze. E’ evidente la difficoltà da parte di coloro che si occupano di comunicazione a identificare “narrazioni autonome” rispetto a quelle che su questi temi circolano solitamente all’interno della sfera pubblica.

Mediare con i media e nei media, questo è fondamentale affinché si riconosca il fatto che la comunicazione rimanda, non tanto ad una comprensione condivisa del mondo, ma a un processo di ragionamento collettivo che si fonda sull’empatia col mondo e del nostro essere al mondo con gli altri in maniera consapevole e riflessiva all’interno uno spazio civile sempre più mediato (Cmiel, 1996).

Il successo dei contenuti medialità dipende dal “grado di complicità” dei mezzi di comunicazione globale, dalla loro retorica e dal modo di raccogliere consenso, ma oggi l’immagine e il racconto sopravvivono in virtù dell’essere pubblico.

Ciò che ci appare in un modo sempre più trasparente ci offre da un lato, un po' più "rispetto" se confrontato con la condizione tipica dell'interazione faccia a faccia e una serie di connessioni che definiscono l'infrastruttura globale della nostra vita sociale, economica e politica, dall'altro però si tende a "perdere qualcosa", in quanto non veniamo interpellati fisicamente, direttamente e la condizione di mediazione ci porta a controllare e personalizzare spazio e tempo della nostra comunicazione (Turkle, 2016).

L'azione dei media si struttura nello spazio dell'apparire dove il mondo appare come "apparenza" per sé costitutiva del mondo; difatti i media forniscono un contributo di immediatezza, ciò che ci appare ha bisogno di un pubblico, richiede la nostra partecipazione e, soprattutto, responsabilità, se si riconosce il fatto che

« i processi di comunicazione mediata su scala globale impongono la scoperta della differenza (...) Il problema è che, mentre i mezzi di comunicazione ci mostrano la differenza, non sono però in grado di offrirci strumenti adeguati per comprenderla» (Silverstone 2009, p. 46).

Si potrebbe aggiungere che oltre a non avere strumenti comunicativi adeguati per incontrare la diversità, la condizione di straniero non sia nemmeno sempre rappresentata in maniera adeguata e questa "mancanza" ha prodotto nel tempo *rumors* cognitivi - informativi, perdita di fiducia, indifferenza e ostilità, interpretabili come "strategie di rimozione" (Arendt 1977; Cmeil 1996; (DiFonzo, Bordia 2007).

La condizione di trasparenza e pubblicità che caratterizzano i nuovi media accompagnano la presa di decisioni, l'articolazione di giudizi, l'elaborazione di interventi; l'*audience* costituisce un attore importante, in quanto le sue azioni e reazioni hanno effetti concreti, così come sono concrete le differenze culturali nello sfera pubblica digitale che connettono e creano paradossalmente delle distanze, portando ogni tipo di pubblico a guardare (e giudicare) il mondo con occhi diversi.

Bisogna riconoscere però che mentre in una fase precedente i mezzi di comunicazione tradizionali avevano favorito la costruzione identitaria di quello che era lo stato-nazione per tutto il XX secolo, generando comunità e confini a livello nazionale, regionale, oggi i media ci supportano simbolicamente nel tentativo di riconoscere la dimensione globale-locale delle cose e contribuiscono alla diffusione di nuovi ambienti politici e culturali. (Eisestein 1979; Scannel 1996; Silvestone 2009; Couldry 2015)

Le crisi e gli eventi accadono a livello globale, le relazioni e le identità si formano sulla base di interessi comuni, gli stili di vita e le convinzioni politiche, condivisi oltre i limiti geografici,

« costituiscono l'infrastruttura che regge il mondo e lo rende vivibile, gestibile, esplorabile e, cosa ancora più importante, riducibile alle contingenze e alle incertezze che caratterizzano la vita di ogni giorno» (Silverstone 2009, pag. 16).

La tecnologia digitale funziona come un “ponte sul mondo” che definisce un nuovo *frame* culturale dove immagini, narrazioni, *chat*, *homepage*, favoriscono il superamento del concetto tradizionale di confine, contribuiscono a creare scambi creativi tra uguaglianza e differenza, eroi e antieroi, amici e stranieri e a partecipare ad eventi e circostanze in luoghi lontani e remoti all'interno di spazi mediali che divengono parte del sociale e della nostra esperienza di vita locale.

Ciò avviene grazie alla cultura mediata e andando oltre le nostre opinioni, le nostre reazioni,

« il globo appare sugli schermi del mondo, in continuazione (...) alterità e uguaglianza appaiono l'una vicino all'altra, legate, ma costantemente a disposizione come risorse per la costruzione di immaginari globali, sia individuali che collettivi » (Silverstone 2009, pag. 16).

La media-azione quindi si colloca all'incrocio tra spazio pubblico e privato, tra dimensione simbolica e reale, è un'azione che comporta un continuo innesto con la differenza in ogni testo o discorso mediatico, dagli stereotipi sullo straniero alle caratterizzazioni discriminanti delle costruzioni narrative; questo perché i media sono indissolubilmente e dialetticamente legati alla quotidianità, costruiscono il contesto all'interno del quale l'alterità si palesa e «rappresentano sempre di più la piattaforma dove l'ordine morale si costituisce, un ordine che sarebbe proporzionato all'estensione e alla portata dell'interconnessione globale» (ivi, p.12).

Ma come sono in grado di offrire elementi di connessione, i mezzi di comunicazione possono fornire anche forme di disconnessione simboliche rispetto all'Altro, geograficamente e sociologicamente distante, forme di retroazione come fondamentalismo e localismo, possono configurare uno spazio diviso e conflittuale, privo di cooperazione, rispetto e fiducia e creare quelle distanze tra soggetti e culture cancellando qualunque tipo di responsabilità che gli individui si aspettano gli uni dagli altri.

La nostra “umanità” o “disumanità” dipende esclusivamente dalla nostra comunicazione e dalla capacità di assumerci delle responsabilità nello spazio mediato dell'apparire.

Tab 3.1 Modello teorico della “*Media-azione*”

<p>“<i>Mediatizzazione</i>” ⇓</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diffusione da parte dei media dei propri formati e dei propri <i>frame</i> negli ambiti del mondo della vita e delle relazioni sociali (Altheide, Snow 1979; Livingstone 2009).
<p>“<i>Mediazione</i>” ⇓</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Movimento del significato da un testo a un altro, da un discorso a un altro, da un evento a un altro (Lundby 2009; Silverstone 2002).
<p>“<i>Media-azione</i>”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Punto d’incontro tra la rappresentazione mediata del mondo e il mondo reale, uno spazio di ascolto, di confronto e di negoziazione a livello interculturale-istituzionale (Silverstone 2009; Shuter 2012; Chen 2012).

Cap. 4 La rappresentazione mediatica del fenomeno migratorio

La domanda più complessa in tempi di globalizzazione non è racchiusa all'interno di questioni legate al numero di immigrati in Italia o al loro *status*, ma si lega innanzitutto ad aspetti di carattere linguistico - identitario.

Innanzitutto dovremmo partire chiedendoci chi sono gli immigrati, chi sono le persone a cui attribuiamo in maniera piuttosto superficiale una simile etichetta, considerando che l'immigrazione ha origini antiche e nel tempo è stato un fenomeno sociale ridefinito sulla base del concetto di "nazione" con l'istituzione degli Stati nazionali.

4.1 Definizioni e identità migranti

Le identità nazionali sono state costruite sull'idea di comunità solidali, omogenee, abituate a convivere all'interno di confini ben definiti; i limiti culturali e politici sono stati oltrepassati, ma solamente rispetto alle nazioni limitrofe:

« gli immigrati internazionali hanno sempre rappresentato un problema rispetto a questo disegno di formazione di società coese sotto l'insegna della bandiera nazionale: sono stranieri, portatori generalmente di lingue e abitudini diverse da quelle localmente prevalenti, che vengono a insediarsi sul territorio della nazione» (Ambrosini 2017, p 10).

Disponendo di strumenti e risorse, come ad esempio passaporti e polizia di frontiera, gli Stati nazionali hanno tracciato nel tempo quei confini divenuti simbolo della loro sovranità sul territorio, stessa cosa vale per l'attività di controllo degli ingressi e della permanenza degli stranieri divenuti tutti capisaldi della politica di sicurezza nazionale che hanno acquistato negli anni un crescente vigore; la sorveglianza, in particolare, è rimasta uno dei simboli più evidenti di una sovranità nazionale sempre più fragile in tempi di globalizzazione (Brown 2013; Marci 2017).

Da questo scenario emerge come la nazione non sia soltanto una "costruzione politica" guidata dal potere di alcune élite, ma «un salvagente a cui si aggrappano quote crescenti di popolazione destabilizzata dalle tendenze dell'economia contemporanea» (Ambrosini 2017, p.10).

Il termine "immigrato" diventa così sinonimo di "minaccia" in un mondo già instabile e parallelamente emerge un nuovo confine linguistico - cognitivo tra "noi", comunità nazionale residente all'interno di uno specifico territorio e "loro", qui intesi come gli stranieri che accogliamo come futuri concittadini (Cesareo 2000; Brown 2013).

La contrapposizione tra “straniero e “cittadino” alimenta così insicurezze e ostilità che diventano più acute in periodi di crisi, stimolata da soggetti politici e media nazionali, ma in realtà identificare un immigrato è tutt’altro che banale.

Secondo la definizione dell’ONU l’immigrato è una persona che si è spostata in un paese diverso da quello di residenza abituale e che vive in quel paese da più di un anno, una definizione che subito sottolinea tre elementi fondamentali: mobilità spaziale, l’attraversamento di un confine nazionale e la permanenza nel paese ospitante (Ambrosini, 2017) .

Se andiamo però a soffermarci sulle definizioni e sul linguaggio quotidiano e giuridico è possibile notare come la situazione cambi radicalmente.

Definiamo come “immigrati” quella parte di stranieri che risiedono e lavorano nel nostro paese, cittadini tedeschi o francesi, così come i giapponesi o gli statunitensi ne sono esentati; a quest’ultimi, infatti, difficilmente si rifiuta il diritto di entrare, circolare o uscire nel nostro paese con la propria famiglia (Ambrosini 2011; Mezzadra, Ricciardi 2013).

Le stesse “logiche” si ripetono per il termine “extracomunitario”.

Tale concetto, indicante quei soggetti che provengono da paesi non appartenenti all’Unione Europea, diventa inspiegabilmente sinonimo di “immigrato” con conseguenze di natura giuridica piuttosto paradossali: lo applichiamo ai rumeni, ma non agli svizzeri o ai canadesi ed è così che extracomunitari e immigrati diventano ai nostri occhi solo quelle persone che provengono da quei paesi che classifichiamo come “poveri” e non quelli originari di paesi sviluppati (Corte 2014; Ambrosini 2017) .

La condizione di povertà genera un processo di etichettamento nei confronti dello straniero visto come un soggetto minaccioso, bisognoso di assistenza, un individuo meno civilizzato o desideroso di portarci via qualcosa, un soggetto che necessita di controlli e che deve essere sottoposto a limitazioni in base alle norme e agli interessi del paese ospitante (Dal Lago 2004; Corte 2014), .

Di conseguenza:

«il confine mentale e giuridico che separa immigrati e stranieri “graditi” è in realtà mobile ed entro certi limiti poroso. (...) Come ha detto qualche fa un famoso campione di colore, l’olandese Gullit: “Se hai due miliardi in banca, sei meno “negro” di un italiano povero”. La stessa rappresentazione della diversità, e della sua eventuale minaccia per l’identità culturale della società ricevente, è quanto meno aggravata dall’abbinamento con la povertà » (Ambrosini 2017, pp.13-14).

L'impiego del concetto di "immigrazione" allude alla percezione di una "doppia alterità": una condizione di povertà e una nazionalità straniera e questa percezione ha un forte impatto sulla rappresentazione generale del fenomeno migratorio.

Nello spazio informativo spesso si descrivono i flussi migratori come fenomeni ingovernabili in continuo aumento, che vedono protagonisti principalmente soggetti maschi, di religione musulmana provenienti da due paesi, Africa e Medio Oriente, mentre i dati disponibili forniscono un quadro differente, raccontando come l'immigrazione in Italia sia un fenomeno stazionario, prevalentemente europeo, femminile, che conta circa 5,5 milioni di persone, 400.000 immigrati in condizione irregolare arrivati in un primo tempo per motivi lavorativi o per ricongiungimenti familiari. (Ambrosini 2017).

4.2 I migranti nei media tradizionali e digitali

Come detto in precedenza, il fenomeno della "mercificazione" delle notizie e le logiche di intrattenimento e spettacolo appartenenti al mondo giornalismo sono aspetti facilmente riscontrabili nella narrazione di quei fenomeni sociali complessi dove vengono spesso riconosciuti elementi di devianza e criminalità, di emergenza e insicurezza: l'immigrazione e il suo racconto nei media italiani ne è un chiaro esempio.

Nel 1835, prima a Parigi con la *Havas* e poi a Berlino nel 1849 con la *Wolf*, entrambi importanti agenzie di comunicazione pubblicitaria e d'impresa, le notizie venivano raccolte e vendute come "merce" e proprio per questo necessitavano di apparire appetibili al maggior numero di possibile di clienti. Era necessario che tali agenzie fossero affidabili, considerando che inizialmente il loro compito era diffondere notizie di carattere economico con uno stile piuttosto asettico e senza coloriture di parte in modo da essere acquistate da giornali con orientamenti differenti (Bergamini, 2006).

A partire dall'800, sulla base di queste esigenze, si cominciò ad attribuire al giornalismo la caratteristica e l'obiettivo di essere completo, un mezzo in grado di produrre un'informazione rigorosa, lontana dagli interessi politici (Corte, 2014); nel 1945 nasce in Italia, come cooperativa, l'agenzia d'informazioni Ansa che si caratterizza ancora oggi per i principi di indipendenza, imparzialità e obiettività e per essere una struttura che offre ai giornalisti dei fatti già selezionati e codificati che poi loro approfondiscono con il contributo di corrispondenti e collaboratori per trasformarli in notizie (Farinell *et al.* 1997).

La narrazione del mondo offerta dai notiziari, così come la correlazione fra contenuti audio-video ed esigenze di produzione delle *news*, all'interno delle redazioni, descrivono quelle problematiche e definiscono quel *frame* di cui si occupa l'approccio del *newsmaking*.

Osserva Wolf (1998) come “la cultura professionale dei giornalisti” e “l'organizzazione del lavoro e dei processi produttivi” siano i due principali binari che definiscono il processo della costruzione della notizia. Sia gli aspetti quantitativi (flussi informativi) che quelli qualitativi (il taglio) delle notizie sono generalmente organizzati dalle agenzie per risolvere due problematiche legate al fare giornalismo: selezione del fatto/notizie e “routinizzazione” dell'imprevisto (Sorrentino, 2006).

Inoltre, suggerisce McQuail (2001) come non bisogna dimenticarsi di considerare anche altri due aspetti nel momento in cui si esamina il ruolo e il lavoro informativo dell'agenzia di notizie: innanzitutto l'attività di *framing* che riguarda quelle prospettive adottate dai giornali nel raccontare i fatti e le sue cornici interpretative entro cui contestualizzano le notizie.

Il processo di accelerazione nella produzione delle notizie e le tempistiche piuttosto strette e pressanti delle redazioni web o dei canali *all news* mettono in difficoltà il giornalista al *desk* con funzioni di lettura, selezione e impaginazione delle informazioni nel momento in cui l'agenzia presenta fatti ed eventi; velocizzazione e riduzione degli organici nei giornali, causati dalla recente crisi economica ed editoriale, hanno reso il ricorso al notiziario di agenzia sempre più acritico e meno soggetto a modifiche da parte del redattore (Papuzzi 2003; Barbano, Sassu 2012).

Altro aspetto da non trascurare concerne l'influenza dell'agenzia di notizie Ansa sulle convinzioni, i linguaggi, il background culturale dei giornalisti stessi.

Categorizzazione e tipizzazione degli eventi, prodotti dalle agenzie di informazione attraverso un linguaggio che facilmente si insinua nella pratica redazionale in quanto fonte autorevole come Ansa, contribuiscono a formare e rafforzare una (sub)cultura del giornalismo in una spirale che si autoalimenta nella pratica di impaginazione e accostamento delle notizie e nel linguaggio usato nei titoli, considerando che anche gli stessi giornali possono essere a loro volta fonte di informazione per le agenzie (Sorrentino, 1995).

Risulta evidente come in questo modo i mezzi di comunicazione non influenzino solo i loro pubblici, ma si influenzino a vicenda, condizionando anche l'attività degli operatori dell'informazione; tale influenza è poi riscontrabile in vari tipi di narrazione del reale, *in primis* quelle riguardante i processi migratori (Barbano, Sassu 2012; Corte 2014).

Nonostante siano ormai sedimentate numerose esperienze di integrazione e sia rilevante l'apporto sociale ed economico che i migrati offrono al Paese, le notizie sul tema immigrazione in

Italia, all'interno di ogni spazio mediale, sono ancora troppo spesso racchiuse all'interno di tematiche più generali, come quello della sicurezza.

Oggi, come trent'anni fa, l'immigrazione viene rappresentata come emergenza e problema da risolvere, come un processo i cui protagonisti sono esclusivamente o vittime o criminali, causa di ordine pubblico, di insicurezza, oppure ostacolo per la convivenza civile delle comunità locali (Binotto, Martino 2004; Binotto, Bruno, Lai 2016) .

Quotidiani e telegiornali restituiscono un'immagine dei flussi migratori in modo unicamente negativo, creando preoccupazione nel pubblico.

Aspetti socialmente presenti nel nostro paese come la marginalità sociale, le differenze culturali e la recente crisi economica hanno favorito la creazione di narrazioni distorte sul tema e l'emergere di forme linguistiche e di immagini che descrivono il profilo del migrante principalmente come criminale, lasciando poco spazio a notizie positive e creando pericolosi accostamenti di tali notizie con questioni di carattere politico.

La tendenza a semplificare e a diffondere concetti generali si concentra esclusivamente nella fase centrale dei flussi migratori e cioè il momento dell'arrivo dei migranti sulle coste italiane, e si tralasciano tutte quelle riflessioni che aiuterebbero a comprendere e analizzare criticamente gli sbarchi, come la motivazione e le cause del viaggio, i conflitti e le crisi internazionali.

Recenti studi (Melossi 2008; Barbagli 2008; Bruno 2010; Diamanti 2009; Dal Lago 2010; Morcellini 2010; Macioti 2010; Melotti 2011; Binotto, Bruno, Lai 2012) hanno dimostrato come tutto questo avvenga principalmente attraverso tecniche e strumenti di racconto come articoli (264 notizie su 556), la "breve cronaca" (150 su 556 casi), reportage e inchieste (13 su 556) dove in pochi minuti viene presentato e commentato un avvenimento in rilievo, rinunciando a un'accurata descrizione dei fatti.

La "breve di cronaca", in particolare, è quello standard narrativo utilizzato spesso per questo tipo di notizie e si caratterizza per frasi brevissime, poca punteggiatura e assenza di subordinate; considerando il punto di vista qualitativo delle notizie, le *small news* riguardano non a caso fatti di microcriminalità come furti, rapine o problematiche inerenti l'ordine pubblico¹⁴:

"Necessario decreto affinché nelle città ci sia maggiore sicurezza e l'immigrazione clandestina sia considerato reato, perseguibile col carcere o con l'espulsione immediata. Solo un decreto legge, un disegno di legge e tre schemi di disegni legislativi a comporre il pacchetto sicurezza: l'immigrazione clandestina sarà

¹⁴ Gli esempi riportati sono tratti dalla letteratura scientifica italiana sul tema presente tra gli anni 2008-2015 che evidenzia esempi di narrazioni da parte dei media tradizionali (quotidiani e televisione).

reato punibile da 6 mesi a 4 anni di carcere; non solo, la clandestinità diventa aggravante” (Tg1, 22 maggio 2008).

Un ulteriore esempio di formule brevi sulla materia, questa volta espresse da importanti istituzioni come l’Unione Europea intervenuta, non sempre con parere favorevole sulle politiche italiane adottate in merito alla questione immigrazione, è stata questa:

“Il reato di immigrazione clandestina è contrario al diritto europeo, lo ha affermato il neo commissario alla Giustizia dell’Unione Europea J. Barroso secondo il quale non è possibile aggravare la pena dalla presenza degli irregolari” (Tg1, 16 giugno 2008).

Da un punto di vista comunicativo l’elemento interessante, che è possibile notare, è come le *small news* riguardino principalmente fatti di cronaca nera: «un rumeno ubriaco ha tamponato un motociclista nel Torinese uccidendolo » (Studio Aperto, 22 giugno 2008), «un operaio egiziano è stato ucciso a colpi di pistola dal figlio diciannovenne del titolare di un’impresa edile » (Tg4 2008), «la procura di Roma ha secretato i verbali del romeno arrestato con l’accusa di violenza sessuale», (Tg1, 25 aprile 2008).

Inoltre il racconto mediale che emerge è quello di un paese che rischia un’invasione incontrollata e motivata:

“Nuovo sbarco di clandestini a Lampedusa. 58 persone sono state soccorse nella notte al largo dell’isola” (Tg1, 25 maggio 2008).

“Cinquecento immigrati sono sbarcati a Lampedusa in poco più di 24 ore. Uno di questi viaggi della speranza si è tragicamente concluso. Vani gli sforzi di due sottoufficiali della capitaneria di Porto” (TgLa7, 25 aprile 2009).

Di anno in anno l’immagine dell’immigrazione nel discorso pubblico disegna il fenomeno dei flussi come una “piaga” servendosi di titoli e scelte stilistiche responsabili troppo spesso di dar vita a un’equazione implicita di immigrazione – disordine: la paura esistenziale dello sconosciuto viene alimentata dai media creando allarmi, aggiungendo timori, alimentando le preoccupazioni.

Un tipo di narrazione, quella offerta dagli organi di informazione, che rivela un “meccanismo tautologico” di produzione mediale della paura, «la semplice enunciazione dell’allarme (...) dimostra la realtà che esso denuncia » (Dal Lago 2004, p73). Ciò che si riscontra sono continue produzioni discorsive e visive distorte, più orientate a costruire confini nell’immaginario sociale e a

legittimare la distinzione tra "loro" e "noi", che non a fornire indicazioni utili per sviluppare politiche di integrazione e cittadinanza (Musarò, Parmiggiani 2014).

In questo modo l'identità dell'uomo migrante si configura solo ed esclusivamente attraverso gli occhi del paese di immigrazione, appare come un "non-nazionale", come altro rispetto al tutto, un non-soggetto sociale (Dal Lago, 2004).

La costante drammatizzazione, la spettacolarizzazione attraverso linguaggi forti ed emotivi, ci dimostra come lo stile linguistico dell'informazione abbia progressivamente perso quella "letterarietà" che gli conferiva autorevolezza e si sia trasformato in un linguaggio diretto, ricco di frasi tipiche del parlato, frasi fatte e figure retoriche banalizzate creando così stereotipi linguistici.

La narrazione (e la percezione poi) dell'immigrato come avventuriero o povero, invasore, nemico sociale è legata all'alterazione della dimensione quantitativa del fenomeno da parte dei mezzi di informazione e di alcuni partiti politici.

In questo modo la cosiddetta "sindrome da assedio" viene alimentata nell'opinione pubblica, l'appartenenza etnica, lo status giuridico, la nazionalità sono tutti elementi che vengono "messi in vetrina" (Codeluppi, 2015) nei titoli brevi di cronaca e, come se non bastasse, ad aggravare lo sfondo dell'informazione giornalistica, vi è l'uso improprio di fonti, verbali delle questure, tutti elementi che non diventano strumenti per integrare la notizia, ma veicoli di diffusione di distorsioni e riproduzione di pregiudizi e stereotipi razziali (Gallisot, Kilani, Rivera 2001).

Le "logiche dei media", descritte nei capitoli precedenti, sono piuttosto "semplici" da riconoscere nell'analisi del rapporto media - immigrazione: formato, intrattenimento, distorsioni linguistiche, confezionamento del mezzo creano una realtà parallela lontana dall'esperienza quotidiana.

Le migrazioni sono processi in continua evoluzione e la loro rappresentazione sociale all'interno della società ospitante diventa un fattore rilevante in termini di percezione; è in base al tipo di narrazione che l'immigrazione appare come fenomeno minaccioso e incontrollabile oppure fisiologico e governabile (Dal Lago 2004; Zanfrini 2007).

Bisogna senz'altro considerare che i messaggi veicolati da medium diversi non sono affatto equivalenti dal punto di vista della loro decodifica: cambia il medium, cambia il messaggio.

La famosa locuzione "il medium è il messaggio" sintetizza perfettamente questa teoria: i mass media, secondo McLuhan, non sono neutrali, la loro stessa struttura produce un'influenza sui destinatari del messaggio, che va al di là del contenuto specifico che veicolano.

Ogni forma di comunicazione, ogni medium possiede un *bias* (influenza, pregiudizio), che circoscrive la proprietà specifica di un medium (Innis 1951; Miconi 2001). Leggere un quotidiano,

ad esempio, favorisce risposte principalmente di natura cognitiva, stabili nel tempo, più o meno sempre coerenti con atteggiamenti preesistenti, le immagini drammatiche trasmesse dalla televisione suscitano una lettura più fortemente emotiva dei fatti.

Simpatia, invidia, disgusto, empatia sono tutte “impressioni emotive” (Graber, 2002) che possono influenzare la lettura di importanti questioni politiche con una estesa persistenza nel tempo e mentre nei quotidiani i luoghi dedicati all’acquisizione e alla comprensione delle notizie sono limitati e ben definiti (quindi è possibile “controllare” il suo contenuto), lo spazio e il tempo del medium cartaceo, la struttura paratattica, il ritmo veloce e il predominio dell’emotività sull’argomentazione razionale nella televisione non permettono al pubblico di elaborare criticamente il contenuto.

La gerarchizzazione dei vari temi da parte dei media proposti al pubblico e l’uso insistente dei toni allarmistici e di condanna morale tendono a “cicatrizzarsi” nello spettatore e ad alimentare sentimenti di paura e indignazione nei confronti degli immigrati:

«l’assunto teorico di fondo è che gli elementi che hanno maggior rilievo nelle rappresentazioni offerte dai media assumono lo stesso rilievo anche nelle rappresentazioni elaborate dal pubblico» (McCombs 1996, p.30).

Un concetto, quello espresso da McCombs, ampiamente sviluppato negli studi di psicologia cognitiva in merito ai processi di memorizzazione ed elaborazione dei contenuti; per Scheufele (2000) la rilevanza attribuita a un dato argomento è prima di tutto una funzione della sua accessibilità e della sua facilità di memorizzazione e, applicato ai media, tale concetto coincide con l’enfaticizzazione (da parte di questi) di un tema attraverso attributi di visibilità specifici come titolo, il lancio, la presenza in prima pagina.

Ciò va a definire delle “cornici interpretative” attraverso cui i mezzi di comunicazione veicolano il punto di vista al destinatario dell’informazione:

Il *framing* indica essenzialmente selezione e salienza. Costruire un frame significa selezionare alcuni aspetti di una realtà percepita e renderli più salienti in un testo comunicativo, in modo da promuovere una particolare definizione del problema, interpretazione casuale, valutazione morale e/o indicazione del trattamento per l’elemento descritto (Entman, 1993, p 52).

I media, descrivendo e definendo la realtà esterna, presentano ai loro pubblici una lista attorno a cui discutere e avere un’opinione, per questo sarebbe errato affermare che i media distribuiscono

notizie, in quanto essi forniscono direttamente conoscenze e chiavi interpretative della realtà, gli individui fanno esperienza non diretta di alcuni aspetti del mondo reale attraverso la mediazione simbolica dei mezzi di comunicazione di massa (Bentivegna; Boccia Artieri 2019).

Appare evidente come nello spazio mediale il grande assente sia paradossalmente proprio l'immigrato; Sibhatu (2004, p.26), in una sua lettura critica del rapporto media- immigrazione in Italia, osserva come da un lato sono pochissime le interviste che, per esempio, danno voce ai cittadini stranieri, dall'altro

«la maggior parte dei mezzi d'informazione, indirettamente contribuisce a fomentare la paura dello sconosciuto, mediante il contenuto dei messaggi che veicola attraverso il linguaggio e il metodo scelto per dare le notizie ».

Le tematiche trattate riguardano principalmente gli elementi problematici dei migranti e del loro comportamento o il possibile coinvolgimento in azioni criminose, ma c'è ben poco di quello che riguarda la loro quotidianità, le motivazioni del viaggio, la cultura di provenienza, le loro aspettative; eppure

«nel momento in cui si evidenzia soprattutto l'aspetto peggiore di un complesso fenomeno come l'immigrazione si rischia di deformare il presente e rovinare il futuro, impedendo lo scambio pacifico tra culture che ogni individuo porta con sé come tesoro del suo passato» (Sibathu 2004, p. 27).

La figura dell'immigrato emerge in modo positivo quando si tratta di un soggetto che risponde alle necessità dell'economia italiana, «un soggetto funzionale agli interessi degli autoctoni» (Corte, 2014, p. 62), sono inoltre rare le reazioni dei cittadini nei confronti dell'immigrazione, intesa come problema o risorsa.

L'immagine che costantemente ricorre nei giornali e nelle televisioni è quella del singolo soggetto immigrato irregolare, clandestino, causa di insicurezza e conflitto sociale, una narrazione che “esce dalla normalità delle cose”: in questi casi siamo di fronte ad una *extra communication*, in quanto il linguaggio, con cui sono rappresentati i protagonisti del fenomeno narrato, porta con sé il “lessico dell'estraneità” (Dal Lago 2004, Corte 2014, Binotto, Bruno, Lai 2016).

“Albanese”, “romeno”, “marocchino”, “nomade”, “extracomunitario” sono tutte etichette linguistiche che definiscono la persona che “viene da fuori” e continua a restare fuori dalla comunità ed è così che automaticamente l'estraneità viene associata all'aggressività, alla criminalità, all'irregolarità.

L'immigrato nei media appare come:

«un soggetto “afono”, senza voce, assente nello spazio mediale informativo (..) non viene mai intervistato, ascoltato; non ha quasi mai diritto di parola o di scrittura, pur in presenza di un giornalismo che ricorre sempre di più alla narrazione e alle dichiarazioni, messe fra virgolette, dei protagonisti dei fatti » (Corte 2014, p.66).

A differenza dell'inchiesta, un'altro genere, sviluppatosi nei giornali italiani e ancora molto utilizzata, è stata l'intervista, strumento tecnico che presuppone un rapporto fiduciario tra intervistatore e intervistato, dove il risultato sarà tanto più valido quanto più l'intervistatore saprà di poter contare sull'onestà del giornalista nel riportare fedelmente le parole dette per la pubblicazione e nel non riportare quelle dette con preghiera di usarle soltanto per maggiore conoscenza (Lepri 1991).

Una pratica giornalistica sempre più diffusa, ma che ancora oggi sembra voler escludere il tema “immigrazione”, come se ascoltare la voce del cittadino straniero non possa “fare notizia” come se non vi fosse nessun rapporto fiduciario tra giornalisti e immigrati.

Queste forme di “esclusione” possono tutte essere lette come forme di “de-responsabilizzazione del giornalista” (Lepri 1991; Sorice 1995) in quanto si attribuisce ad altri affermazioni che il lettore meno attento e abituato alle virgolette può ritenere siano espressione di un dato di fatto (una notizia vera di per sé) o di una posizione assunta dal quotidiano che sta leggendo.

I casi considerati “curiosi” vengono automaticamente esclusi così come il racconto di pratiche culturali diverse (ad es. la macellazione degli animali da parte di persone di religione musulmana) sono viste con sospetto o denunciate come fuori dalla norma.

Lepri (1991, p.32), a tal proposito, avverte:

«Un sistema di democrazia pluralistica possiede, per fortuna, meccanismi capaci (seppure non sempre in tempi brevi) di rivelare le omissioni e di smascherare le invenzioni e le manipolazioni. La ricerca, quindi, di un'informazione quanto più possibile completa, imparziale e veritiera non è soltanto una questione di principio, ma un modo per salvaguardare la propria immagine professionale e l'autorità e il prestigio della testata dove si lavora. Prima o poi ci si avvede di chi è un giornalista serio e di chi non lo è; di chi è un giornalista militante, lottizzato, racconta-balle e di chi è, invece, un giornalista che dà credito alla professionalità e la pratica con rigore e con scrupolo. Ecco una definizione di professionalità: la prevalenza delle analisi serie sulle posizioni precostituite, delle ipotesi sulle tesi, dello spirito critico sulla logica degli schieramenti. E un'altra definizione del giornalismo: un servizio teso, con umiltà, al cittadino».

4.3 Crimine e narrazione mediale

La securizzazione dell'immigrato e la tendenza a rappresentarlo come vittima o criminale sono due elementi comuni alla narrazione mediale in molti paesi di transito o di arrivo; il processo di criminalizzazione dell'immigrato è strettamente collegato all'ampiezza dei flussi migratori che la mondializzazione dell'economia e globalizzazione hanno negli anni alimentato (Benson 2009; Navarro 2010; Palidda 2011).

Una tendenza questa che è possibile interpretare come

«indicatore del clima di diffusa e profonda inquietudine che in numerosi paesi occidentali o occidentalizzati accompagna i processi migratori. Questo ritratto criminale (..) appare come la manifestazione di un profondo ritardo culturale, che si manifesta come un'evidente difficoltà nell'elaborare e mitigare i conflitti» (Binotto, Bruno, Lai 2016, p.20).

Una difficoltà riscontrabile, anche in questo caso, nel racconto mediatico.

La centralità delle notizie riguardanti i crimini degli immigrati appare come un tentativo di allontanare il faticoso dibattito "conflitto-integrazione" per dare spazio a una discussione per molti versi più rassicurante, sul tema dell'Altro come "minaccia"; secondo Palidda (2011) la criminalizzazione dello straniero, intesa come un insieme di discorsi, fatti e pratiche prodotte dalla polizia, dalle autorità giudiziarie, ma anche dalle amministrazioni locali, dai media, risulta un aspetto comune a molti paesi europei e non solo.

Non vi è però alcuna relazione aritmetica tra l'aumento degli immigrati residenti e le variazioni dei tassi di criminalità: il nesso ansia collettiva, crimine e narrazione mediale tende così a configurarsi in modo omogeneo in paesi con cultura e storia differenti.

In particolare, dopo l'11 settembre 2001, si è avviato un processo di radicalizzazione delle culture del conflitto che ha generato uno stretto legame tra la presenza dell'immigrato, la convivenza multiculturale e attività illegali, dalla microcriminalità al terrorismo (Freilich, Guerette 2006); l'emergere in modo regolare, all'interno del dibattito pubblico, di una "etnicizzazione" del crimine (Hall *et al.*, 1978) indica una reazione culturale all'alterità, una sorta di riflesso condizionato, che tende a replicarsi in maniera molto simile in contesti culturali distanti.

Anche le minoranze etniche e religiose sono spesso oggetto di processi di discriminazione, infatti, un'altra rappresentazione distorta dell'alterità riguarda la criminalizzazione dei Rom, la tendenza cioè, in paesi dell'area balcanica e in Stati europei come l'Italia, a descrivere i membri

appartenenti a questa minoranza come “delinquenti per antonomasia” attraverso una narrazione mediale discriminatoria che contribuisce ad alimentare ondate di panico morale e l’idea di immigrazione come sinonimo di disordine e malessere (Staiculescu 2013; Richardson 2014)

Anche in Giappone, paese con una forte omogeneità etnica, la crescita del numero di persone immigrate ha generato un senso di insicurezza e atteggiamenti di diffidenza, conseguenza dell’idea che l’immigrato, soprattutto clandestino, sia incline alla devianza e al crimine (Shipper, 2008).

Quello a cui assistiamo, citando Walter Lippmann (1922), è una “riduzione della complessità”, un processo di semplificazione, l’attivazione di meccanismi su cui fa leva il discorso pubblico dominante.

Come in parte evidenziato i limiti dell’informazione giornalistica sul tema dell’immigrazione sono soprattutto quelli della sua rappresentazione pubblica e sono racchiusi nel tentativo continuo di definire un “vecchio” fenomeno come un “inedito e attuale problema” o nelle inefficaci e contraddittorie politiche migratorie proposte ed attuate in questi trenta - quaranta anni:

« Si possono interpretare le esigenze contraddittorie delle politiche dell’immigrazione ricorrendo al termine “dilemma”, per poi porre in rilievo le esigenze contrastanti e le visioni opposte che esistono in merito, con un elettorato di sinistra che simpatizza maggiormente con gli immigrati perché li percepisce come vittime in fuga dalla miseria, dalla guerra, dallo sfruttamento e quello di destra che invece enfatizza maggiormente i timori per la sicurezza, l’insufficienza dei controlli di frontiera e interpreta l’immigrazione prevalentemente come fenomeno economico» (Einaudi 2007, p. 8).

Secondo Orsini (2019) c’è un errore di comprensione alla base degli “amici” e dei “nemici” dei migranti (chi è favorevole o meno all’immigrazione) da cui scaturiscono tutti i successivi errori d’interpretazione dei comportamenti anti-immigrati e pro-immigrati.

Ciò che occorre conoscere, innanzitutto, è la logica di ragionamento adottata che è una logica di tipo “olistico” dove non si pone attenzione alle mediazioni cognitive dei singoli individui, ma a termini come “struttura”, “sistema”, “processi storici”:

«i ragionamenti degli “amici” dei migranti contro i movimenti anti-immigrati sono sempre su scala globale e mai sul piano individuale. Alla base dei loro discorsi (..) pongono la statistica e non la realtà della vita quotidiana. (..) non è importante sapere se un migrante ha tolto il lavoro ad un pizzaiolo. Ciò che conta sono i dati macroeconomici, i quali dicono che, nel complesso, l’economia italiana è stata beneficata dai migranti» (Orsini 2019, p.80).

Il ragionamento olistico su scala globale, in questo caso degli “amici dei migranti”, impedisce di comprendere le cause profonde che hanno favorito l’ascesa dei movimenti contro i migranti e soffermarci ancora sul rapporto immigrazione e criminalità ci aiuta ad approfondire meglio quest’aspetto.

I dati Istat e quelli del Ministero della Giustizia suggeriscono come, all’interno delle carceri italiane, sia massiccia la presenza di soggetti immigrati (Maria Solivetti, 2013).

Gli stranieri rappresentano un terzo della popolazione italiana, un peso notevole se si considera che gli stranieri, in Italia, rappresentano soltanto il 10% della popolazione e i reati in cui sono maggiormente coinvolti, come droga, stupro, furto, rapina, sono «particolarmente odiosi per l’uomo comune perché hanno un impatto negativo sulla qualità della sua vita quotidiana» (Orsini 2019, p.88).

A questo punto diventa necessario far riferimento alla lezione di Berger e Luckmann circa l’esistenza di molteplici livelli di realtà, una distante dal proprio corpo e una più vicina, che si manifesta nelle interazioni faccia a faccia. Quest’ultima è la realtà della vita quotidiana, la “realtà dominante” (Berger, Luckmann 1969). Mentre dunque gli “amici dei migranti” ragionano su scala globale, i “nemici” dei migranti ragionano su scala locale, in base cioè ai disagi che l’immigrazione porta alla loro quotidianità e, proprio per tale ragione, i “nemici” appaiono più irrazionali o violenti.

Il sociologo Raymond Boudon spiega come in base alla situazione in cui essi si trovano, agli anti-immigrati appare del tutto razionale allontanare ciò che mette a rischio la loro vita quotidiana e se ritengono che l’alto numero degli sbarchi o gli immigrati presenti nel proprio paese mettono a serio rischio salute o posti di lavoro, è razionale che chiedano l’espulsione di questi¹⁵.

L’uomo pone al primo posto la realtà dell’incontro diretto e, in maniera non troppo forzata, si potrebbe accostare la situazione finora descritta a un atteggiamento definito come "effetto lampione", un tipo di distorsione comunicativa - comportamentale legata alla tendenza umana a condurre la ricerca della verità attraverso vie semplici, evitando la complessità¹⁶.

In altre parole è difficile trovare un oggetto nel buio quindi cerchiamolo dov’è la luce e su questo punto anche i media forniscono ovviamente un importante contributo seguendo la loro *media logic* fondata su una narrazione spettacolarizzata, dinamica e fortemente emotiva, che ogni utente tende a

¹⁵ Orsini A. (2019), *Viva gli immigrati! Gestire la politica migratoria per tornare protagonisti in Europa*, Rizzoli, Milano.

¹⁶ Freedman D (2020), *The Streetlight Effect*, testo disponibile al sito: <https://freedman.com/2010/10/20/the-streetlight-effect/>.

far propria e personalizzare sulla base della propria esperienza, siano essi “amici” o “nemici” dei migranti.

Come riportato nel quarto rapporto dell’Associazione Carta di Roma, i servizi dal taglio allarmistico e ansiogeno sono aumentati negli anni e si è ripreso a parlare di immigrazione in relazione a specifici eventi di cronaca (nera e giudiziaria) a partire dal 2017, anno pre-elettorale nel nostro Paese. Di conseguenza l’agenda politica ha inciso fortemente anche sul modo di combinare e connettere notizie, le paure dei cittadini, alimentate da un’idea della politica fondata sulla ricerca del consenso facile e immediato, sono state assecondate.

La conseguenza di un giornalismo ancora “indisciplinato” sul tema è il rafforzamento del senso comune del pregiudizio xenofobo guidato da due fenomeni che stanno sempre più riguardando le piattaforme digitali: la disinformazione online (e *overload* informativo) e l’*hate speech* (discorsi d’odio).

Due fenomeni preoccupanti, ma sociologicamente interessanti, soprattutto se analizzati parallelamente al discorso mediatico sui migranti, in quanto permettono di intravedere un elemento rimasto ancora nascosto nell’analisi del linguaggio dei media tradizionali, ma che emerge chiaramente invece nello studio dell’informazione online: la distanza fra l’esperienza e la rappresentazione.

La rappresentazione dei media ripropone e riflette i sentimenti che suscitano attenzione, che generano emozione, alimentando l’audience e amplificando i risentimenti, dividendo e alzando muri, perché le parole possono trasformare la realtà e la responsabilità è anche di chi scrive e riproduce certi tipi di parole, ma è con il digitale che il singolo utente ha modo di sperimentare percorsi alternativi per incontrare l’Altro immergendosi o producendo narrazioni alternative attraverso forme multimediali di comunicazione altamente personalizzate, suggerite esclusivamente dalla propria cultura e dalla sua sensibilità ed emotività.

In questi ultimi anni immigrati e immigrazione sono divenuti “luoghi comuni” dell’informazione quotidiana, il centro delle narrazioni all’interno dei media, i protagonisti nel dibattito pubblico, soprattutto nei social network come Facebook e Twitter, spazi comunicativi che sembrano funzionare come da “cassa di risonanza” di situazioni ed eventi da un lato, mentre dall’altro appaiono, rispetto ai media tradizionali, come “luoghi” più permeabili a manifestazioni di intolleranza (Carr 2011; Jurgenson 2011; Ziccardi 2016).

Nella maggior parte dei casi sembrano prevalere commenti apertamente di stampa razzista, in grado di provocare reazioni di sdegno, scontri ideologici, attraverso linguaggi violenti e toni aggressivi. L’elemento interessante su cui concentrarsi non è legato esclusivamente al parlare di

immigrazione in Rete: sbarchi, devianza, flussi, linguaggio, propaganda sono tematiche che hanno “invaso” ormai i media da tempo e che si sono trasformate in (micro)argomentazioni “normali” attorno al complesso fenomeno migratorio in Italia.

La questione inedita è quell’ulteriore distanza che possiamo individuare tra la “frequenza” di articoli, dei titoli, dei post e tweet sull’argomento e il “volume” con cui vengono presentati, o meglio, la quantità e l’amplificazione di questo tipo di notizie presenti negli ambienti comunicativi online/offline.

Osserva Diamanti come convenga sempre più “vegliare” e sorvegliare con “cura” il rapporto tra media digitali e immigrazione, perché il risentimento e lo spirito aggressivo non si riproducano in ulteriori luoghi di comunicazione e confronto, a partire dai social network e soprattutto su Twitter, dove il linguaggio si estremizza e il dialogo sfocia in conflitto verbale aperto a colpi di insulti razzisti e sessisti violenti¹⁷.

Una “degenerazione” comunicativa che conferma di nuovo come comunicazione e contenuti si intreccino con i media e come siano quest’ultimi a determinare i messaggi (McLuhan, 1997); anche quando il contenuto è lo stesso, l’utilizzo di media differenti porta alla ri-produzione di contenuti differenti e per questo è importante distinguere media tradizionali e nuovi, comunicazione mediata (dai media e dai mediatori) e comunicazione im-mediata, espressa direttamente dai diversi pubblici in maniera orizzontale.

Questa distinzione è importante in quanto sta ad indicarci le nuove “tendenze della comunicazione” che stanno generando da un lato, una scissione tra normalizzazione dell’immagine degli immigrati sui media tradizionali e la loro estremizzazione all’interno degli ambienti digitali, dall’altro, una tensione sui diversi pubblici che rischia di riprodursi sui diversi ambienti sociali favorendo la diffusione di atteggiamenti intolleranti.

Con il fenomeno delle *fake news* e dei discorsi d’odio questo elemento del comportamento umano negli spazi digitali tende ad emergere maggiormente, così come gli alti livelli di rischio tecnologico che verranno presi a breve in considerazione.

Il sovraccarico di informazioni rintracciabili *online* è un fenomeno che si verifica quando si riceve una elevata quantità di contenuti da creare un disordine ed una confusione tale, al punto da rendere impossibile il poter prendere una decisione (Tridente, Mastroianni 2017).

L’esponenziale sviluppo della tecnologia ha contribuito alla diffusione di questo fenomeno e la grande quantità di materiale informativo così differente rischia sia di inibire la capacità di

¹⁷ Associazione Carta di Roma (2016), *Notizie oltre i muri*, testo disponibile al sito: https://www.osservatorio.it/wp-content/uploads/Rapporto-2016_-cartadiroma.pdf.

selezionarlo , sia di scegliere una posizione (critica) riguardo una specifica tematica o di fronte ad uno specifico comportamento.

Per la ricercatrice dell'Università di Sheffield, Farida Vis (2014), le false notizie si diffondono al pari di quelle vere. I network non discriminano in base all'autenticità del contenuto, in realtà tale compito spetterebbe agli utenti: il loro comportamento a tal proposito può fare la differenza, come per esempio scegliere di citare una fonte esterna o criticare una notizia; spesso la moltitudine di informazioni si presenta priva di contesto o della loro fonte originale, essa viene percepita come un "rumore" in termini cognitivi, dato che uno stesso fatto può avere interpretazioni diametralmente opposte o può essere confutato da un'altra informazione.

I *rumors*, voci e notizie non verificate, emergono costantemente a proposito delle situazioni di guerra, celebrità, indicatori economici, campagne elettorali e programmi di governo e vengono twittate, condivise, approvate, discusse pubblicamente, diventando parte del nuovo ecosistema mediale .

Cass Sustein (2009) sottolinea l'importanza di distinguere tra voci e pettegolezzi: la prima ha a che fare con la ricerca di un senso, di un'ipotesi che ci aiuti a creare una spiegazione ad una situazione non chiara, mentre il pettegolezzo riguarda la considerazione sociale ed unisce, influenza, membri di un determinato gruppo.

La distinzione messa in evidenza dallo studioso mostra come l'aumento della quantità di informazione, riduca radicalmente la qualità della comunicazione – informazione.

Su questo punto ritroviamo la radice delle bufale online e della *post-truth*: il "sovraccarico dei sovraccarichi" è il problema, la mole di informazioni in cui noi tutti siamo gettati senza alcun filtro, mediazione, educazione (Tridente, Mastroianni 2017).

Una delle sfide più difficili e urgenti, che emerge all'interno di questo scenario sociale così complesso, è rappresentata dal fatto che gli attori sociali non sono preparati a gestire informazioni in conflitto tra loro.

La psicologia comportamentale suggerisce come i nostri cervelli preferiscono ricevere informazioni che si conformino a ciò che già conosciamo; questo perché tendiamo a interpretare e assimilare solo quelle informazioni che vanno esclusivamente a rafforzare ciò in cui già crediamo, finendo per rifugiarsi nelle nostre conoscenze già esistenti e nei pregiudizi.

In questo modo hanno origine i *rumors*: dalla nostra reazione umana e cognitiva di fronte ad una situazione sociale di incertezza e dall'accumularsi di contenuti complessi.

Le voci (*rumors*) sono fili nel complesso tessuto dello scambio sociale, prodotti di informazioni continuamente scambiate, che non sono mai a riposo dentro un individuo, non sono pensieri privati, ma si muovono e si rafforzano attraverso un insieme di soggetti.

Non sono dunque “un incidente”, ma parte dell’esperienza umana e tale condizione è causa della rottura dell’attuale sistema informativo, della debolezza della narrazione ufficiale a quella alternativa influenzata dai nostri pregiudizi.

Un fenomeno psico-sociale che Quattrococchi (2017) definisce con il termine *confirmation bias* (pregiudizio di conferma): troviamo *online* quello che più ci aggrada e ci facciamo guidare dai nostri pregiudizi, tendiamo ad accreditare le informazioni non perché ne riconosciamo il valore intrinseco e l’autorevolezza della fonte, ma perché queste stesse confermano la nostra tesi, il nostro convincimento.

Sembra che la specie umana abbia una marcata istintiva propensione per le bufale e la ragione non va cercata nella credulità delle masse o nell’ignoranza, ma nella formazione di *filter bubbles*, di “bolle di filtraggio” nell’ambiente online che generano quel personale ecosistema di informazione soddisfatto da alcuni algoritmi (Pariser, 2011). Gli effetti negativi delle bolle di filtraggio includono il danno alla società nel suo complesso nel senso che questi sono in grado di indebolire il discorso civico e rendere gli utenti più vulnerabili a manipolazioni e propaganda .

Il risultato di tutte le interpretazioni legate al tema delle bufale in Rete è il medesimo: un mondo intellettuale diviso, chiuso al confronto, in continuo movimento, un mondo di tribù digitali.

La pratica di mettere in dubbio o smentire le informazioni in Rete è definita come pratica di *debunking*, guidata da il *debunker* (demistificatore), soggetto in grado di decostruire la “non notizia”, quelle le affermazioni ritenute scientificamente false, dubbie o pretenziose. Purtroppo però questa pratica di verifica dell’informazione è risultata efficace solo in minima parte.

In un recente studio alcuni scienziati italiani hanno affermato che nemmeno le campagne di *debunking* e le soluzioni algoritmiche sono servite fino ad ora a bloccare la disinformazione¹⁸:

«le nostre analisi mostrano che i contenuti di *debunking* rimangono fondamentalmente confinati all’interno della camera dell’eco scientifica e che solo alcuni utenti di solito esposti ad affermazioni poco fondate interagiscono attivamente con questi post di correzione e spiegazione – si legge nella ricerca – l’informazione che dissente è ignorata e i sentimenti espressi” dopo la lettura “sono negativi”. Ma c’è di peggio: “Quei pochi utenti cospirazionisti che interagiscono con i contenuti di questo tipo manifestano una

¹⁸ Cosimi Simone (2017), *Bufale, il debunking fa più danni che altro. E le fake news resistono*, testo disponibile al sito: https://www.repubblica.it/tecnologia/2017/07/27/news/combattere_le_bufale_non_sempre_giova_alla_scienza-171759049/.

tendenza più elevata a commentare e interagire una volta rientrati nel proprio gruppo di partenza(..)I post di *debunking* stimolano commenti negativi, non raggiungono il pubblico ‘complotista’ oppure lo fanno reagire nel senso opposto a quello sperato ».

A questo punto risulta evidente come gli strumenti più efficaci per combattere il fenomeno *fake news* non siano di tipo tecnico, ma socio-educativo affinché si sviluppino nuove pratiche mediali-educative che mettano al centro l’attore in rete, il suo livello di alfabetizzazione digitale e sviluppo di pensiero critico nella lettura della notizia prima della sua diffusione.

Cap. 5 La percezione dell'immigrazione nei giovani ¹⁹

Come in parte accennato l'ambiente digitale promuove, e in qualche modo sembra legittimare, forme violente di comunicazione, aumentando il rischio che queste possano riprodursi all'interno della propria esperienza mediale.

La letteratura più recente (Ziccardi, 2016; Pasta 2018; Ging, Siaper 2019; Littler, Lee 2020) esplora il problema della violenza online in relazione alla capacità della tecnologia digitale di promuovere nuovi comportamenti discriminatori e di intolleranza (es. orientamento razziale, etnico, religioso, di genere o sessuale), collegati al fenomeno dell'odio o all'odio *ad personam* .

Si tratta di un tipo di violenza simbolica diretta che coinvolge soprattutto le nuove generazioni, colpendo la sfera emotiva e psicologica dell'individuo in modo perverso e insidioso, il cui scopo principale è danneggiare l'autostima di coloro che si trovano maggiormente in situazioni di difficoltà o emarginazione (Bourdieu 1998; Bartholini 2013).

Questo è il caso, ad esempio, di nuove forme di devianza in rete come il cyberbullismo, un atto di molestia perpetrato da minori che usano la tecnologia digitale, con messaggi o video offensivi in chat, commenti provocatori su blog, ecc., ma possiamo anche menzionare comportamenti come il *grooming online*, una tecnica psicologica usata per sollecitare i minori, inizialmente attraverso il contatto virtuale e, successivamente, una volta acquisita fiducia, con un vero incontro diretto (Spitzberg, 2002; D'Ambrosi, Papakristo, Polci 2018) .

Ai fini della ricerca, tra gli episodi di violenza online emersi, si ritiene sia importante soffermarsi su un interessante caso di analisi che riguarda il fenomeno migratorio in relazione al ruolo dei media digitali e le modalità narrative utilizzate per influenzare l'opinione pubblica attraverso stereotipi e pregiudizi.

5.1 Discorsi d'odio e livelli di rischio tecnologico online

Secondo il Rapporto OSCE (2017) i crimini generati dall'odio sono aumentati negli ultimi anni e riguardano principalmente il razzismo e la xenofobia; emerge inoltre da recenti ricerche (SWG 2018, Vox 2018) e dal Rapporto della Carta di Roma (2017-2018) come la narrazione all'interno

¹⁹ Parte dei risultati di questo capitolo sono stati pubblicati anche in: Buoncompagni G., D'Ambrosi L. (2020), Hate Speech Towards Migrants, in La Rocca G. Torvisco J.M., (a cura di), *Technological and Digital Risk: Research Issues*, Peter Lang Publishing , pp.177-190.

dei media tradizionali e digitali in Italia appaia, in particolare su questo tema, piuttosto frammentata, violenta, confusa e intollerante.

All'interno di questo scenario così complesso e preoccupante sono emerse varie questioni di non facile soluzione e di differente natura, come ad esempio il legame tra diritto dell'informazione e libertà di espressione del cittadino, in seguito all'emergere di gravi casi di manipolazione dell'informazione, come quello che ha riguardato le elezioni presidenziali americane del 2016, dove si è registrato un dibattito molto aspro tra il magnate repubblicano Donald Trump e la candidata del fronte democratico Hilary Clinton, con alti livelli violenza verbale all'interno delle piattaforme digitali²⁰.

L'altro tema molto significativo e tanto discusso attualmente nel panorama pubblico e scientifico, dopo quello sulle *fake news*, è infatti quello inerente il discorso dell'odio (*hate speech*), espressione coniata dalla giurisprudenza americana con la quale si intende definire l'utilizzo in rete di un linguaggio denigratorio, anticonvenzionale, carico di odio sociale e intolleranza, che ha come unico scopo quello di offendere chi la pensa diversamente o creare discriminazioni nei confronti di determinate categorie sociali (Ziccardi 2016; Giorgino 2019).

Il Consiglio d'Europa (1997) riconosce nel termine *hate speech* tutte quelle espressioni che diffondono, incitano, promuovono o giustificano l'odio razziale, l'antisemitismo, la xenofobia, l'etnocentrismo e qualsiasi forma di ostilità nei confronti di minori e migranti.

Anche nell'ambiente digitale si è iniziato ad assistere a frequenti manifestazioni di pensiero prevenuto, a discorsi razzisti e alla loro accettazione sociale, una proliferazione della violenza verbale il cui tratto caratterizzante è il processo della sua normalizzazione, complice anche la presenza dei cosiddetti *haters*, produttori dei discorsi d'incitamento all'odio sul web basati esclusivamente sui pregiudizi.

Pasta (2018, pp.20-21) individua a tal proposito due tendenze nelle retoriche dell'odio.

In primo luogo, un ritorno, anche se episodico, di discorsi esplicitamente razziali «che teorizzano una differenza costitutiva e irriducibile radicata nella cultura, nella religione e nell'identità etnica, ma anche nei tratti somatici»; in secondo luogo va considerata la disintermediazione favorita dai social media che ha aumentato il rischio di un'informazione falsa o distorta che, dopo pochi *click* e con verifica della veridicità pressoché tardiva o nulla, in modo incontrollabile, diventano contenuti virali consumati da qualsiasi tipo di pubblico.

²⁰ Kurtzleben D. (2018), *Did Fake News On Facebook Help Elect Trump? Here's What We Know*, testo disponibile al sito: <https://www.npr.org/2018/04/11/601323233/6-facts-we-know-about-fake-news-in-the-2016-election?t=1588316880312>.

In questo modo il medium, il web nel caso specifico, può favorire la diffusione di pregiudizi:

«media e società sono talmente abituati a leggere i fatti in modo etnicizzato che talvolta la verità diviene quella costruita e narrata dai fatti (..) Il confine con il razzismo è labile, tanto più in contesti in cui il vissuto degli adolescenti si muove tra fenomeni identitari banalizzati (la costruzione del sé attraverso l'esperienza grupale)» (Pasta 2018, p.58).

Risulta chiaro a questo punto come fenomeni comunicativi dal lato “patologico” e (apparentemente) nuovi, come la violenza verbale e la disinformazione online, se presenti in contesti di costante interazione e di continua trasparenza come la Rete, generano un disordine informativo e una situazione di conflitto che diventano difficili da arrestare, anche intervenendo, come già si è tentato di fare, ottenendo però scarsi risultati, con azioni di carattere formativo - educativo o tecnico, usando gli algoritmi per filtrare le espressioni d'odio²¹.

Tale situazione è alimentata dal fatto che chiunque può accedere agli ambienti online creando, modificando e utilizzando lo spazio pubblico comunicativo anche per la gestione di notizie e opinioni esistenti tra le persone avverse, alimentando rabbia e disagio sociale, mescolando le informazioni, imponendo la propria visione politica; il risultato è la creazione di una visione del mondo che viene completamente ricostruita in base alle proprie convinzioni e al *background* culturale. Una realtà quindi lontana dalla "realtà reale", uno scenario personalizzato, che si nutre di emozioni, una comunicazione a senso unico costruita non per negoziare, ma per confermare le proprie convinzioni.

Il rapporto Cox (2017) ha sottolineato come il discorso sull'odio razzista e xenofobo sia particolarmente evidente sui social media e come questa situazione sia sempre più evidente quando si parla di immigrazione; in particolare, lo studio descrive come gli ambienti online contribuiscano a formare o deformare la cultura dell'inclusione influenzando i processi mentali e di rappresentazione del fenomeno migratorio²².

²¹ Rijitano R. (2018), “Odio online, i filtri automatici? Un disastro: basta una lettera per ingannarli”, testo disponibile al sito: https://www.repubblica.it/tecnologia/socialnetwork/2018/09/12/news/odio_online_che_disastro_i_filtri_automat_ici_basta_una_lettera_per_ingannarli-206266171/.

²² Jo Cox Committee (2017). *Relazione finale Camera dei Deputati XVII Legislatura*, testo disponibile al sito: https://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/commissione_intolleranza_resoconti/resocontos/000/000/012/resoconto_2017_03_09_def.pdf.

La situazione, già abbastanza critica, sembra anche essere incoraggiata dall'enorme quantità di post, commenti e articoli prodotti dagli utenti legati al discorso dell'odio: l'immigrato spesso diventa l'obiettivo su cui sfogare rabbia e frustrazione.

Una ulteriore conferma arriva anche dal rapporto Vox che, a partire dal 2018, attraverso una mappatura di tweet discriminatori, ha evidenziato come l'odio online nei confronti dei migranti sia quasi raddoppiato in quasi due anni, in quanto si è passati da 38.000 tweet registrati nel 2016 a 73.390 rilevati nei successivi dieci mesi. Questi fattori, collegati alla difficoltà di gestire uno spazio virtuale "disintermediato", aumentano il rischio (tecnologico) che i media digitali possano diventare un veicolo per messaggi inappropriati e dannosi, fungendo da amplificatori di violenza.

Viene dunque da chiedersi in che modo i social media influenzano queste dinamiche narrative sul fenomeno migratorio con violenza verbale e discorsi di odio e quali siano i diversi livelli di rischio tecnologico negli ambienti online.

Questa prima fase di analisi esplorativa cerca di aprire un dibattito riflettendo proprio su questi interrogativi, analizzando il ruolo dei social media intendendoli come "tecnologie caratterizzanti" (Innis, 1951), linguaggi in grado cioè di determinare dinamiche sociali e narrazioni discorsive che influenzano la percezione della migrazione.

L'aspetto originale di questa prima fase di lavoro risiede nella valutazione di possibili rischi e conseguenze derivanti dall'uso improprio della tecnologia digitale, per identificare azioni correttive ed educative da promuovere nei social media e forme di cooperazione tra cittadini, media e istituzioni finalizzata alla costruzione di percorsi sociali e comunicativi maggiormente inclusivi.

Prendendo come riferimento il contesto specifico italiano, l'obiettivo è stato quello di rispondere alle prime domande di ricerca innanzitutto con un approccio qualitativo e quantitativo, cercando di capire se il discorso pubblico in rete sull'immigrazione si componga esclusivamente di contenuti che mirano a costruire un'immagine distorta focalizzata sulla paura, o se negli ultimi anni ci sono stati segni di "disintossicazione" e aperture verso l'Altro.

Il periodo di analisi va da novembre 2017 a luglio 2018 e si concentra sullo scenario nazionale italiano; per quanto riguarda il periodo di tempo scelto per l'analisi, questo è risultato essere particolarmente interessante in quanto caratterizzato da una narrazione mediatica sul tema "immigrazione" che ha fatto uso di toni piuttosto enfatici, accesi e propagandistici, gli stessi utilizzati poi nel dibattito politico.

Il lavoro di ricerca si è strutturato nei social network, precisamente all'interno delle piattaforme digitali Facebook e Twitter. Come accennato la scelta ha riguardato queste due piattaforme perché entrambe, negli anni 2017- 2018, sono state inserite tra le prime venti piattaforme di comunicazione

digitali utilizzate in Italia e nel mondo, ma anche per la varietà di pubblici attivi che ospitano all'interno e per le loro caratteristiche specifiche in termini di struttura e di interazione.

Infatti, mentre Facebook si caratterizza principalmente per la sua dimensione “giocosa” e socializzante, Twitter si configura come il "social media più politico": uno spazio che ospita principalmente discussioni politico - istituzionali e utenti aderenti a partiti politici, nonché professionisti del mondo del giornalismo e delle istituzioni.

Analizzare entrambi gli ambienti digitali significa acquisire una migliore comprensione delle caratteristiche di quei luoghi in cui gli individui sono in grado di creare reti sociali, o meglio, uno spazio di vita in comune all'interno delle piattaforme sociali e digitali, in cui è possibile osservare quelle forme culturali di connessione e partecipazione (Boccia Artieri, 2017).

Per trovare una grande quantità di dati in breve tempo è stato progettato e utilizzato un programma di scansione web (chiamato anche *spider*), che analizza i contenuti disponibili da una rete in modo metodico e automatico da un punto di vista qualitativo e quantitativo; sfruttando anche le *application programming interface* (API) proprie dei social network, il *crawler* progettato ha cercato la parola "immigrazione" e i relativi contenuti messi a sua disposizione dalle due piattaforme; si è proceduto poi a raccogliere e analizzare i vari contenuti testuali ottenuti all'interno di pagine (post e tweet).

Una volta trovati i contenuti sul tema "immigrazione" all'interno delle due piattaforme (145.545 per Facebook e 27.700 per Twitter) è stata effettuata un'ulteriore selezione privilegiando solo quelle parole chiave considerate più significative sull'argomento (successivamente divise come “positive” e “negative”) e riscontrabili, come sottolineato in letteratura, nel linguaggio mediatico e politico.

Nello specifico sono state identificate quattro macro aree nelle categorie "parole positive" e "parole negative" (come si può vedere nella tabella 5.1).

Per la categoria "parole positive" le quattro macro aree identificate si riferiscono ai seguenti argomenti:

- *interculturale*: con riferimento ai concetti di educazione, formazione, cultura dell'incontro e sensibilità interculturale;
- *accoglienza*: intesa qui come ospitalità, apertura verso l'Altro, sensibilità interculturale;
- *integrazione*: l'essere membro di una comunità, la capacità di avviare un processo di cooperazione e dialogo interculturale tra cittadini e residenti stranieri;
- *cittadinanza*: riguardante i diritti e doveri di un cittadino.

Le quattro macro aree identificate per la categoria "parole negative" sono state:

- *crimine*: in riferimento ai concetti di "terrorista", "ladro", "stupratore" spesso associati, come emerso dalla letteratura, alla figura dell'immigrato;

- *odio (verbale)*: un particolare tipo di comunicazione violenta che utilizza parole, espressioni o che ha come obiettivo finale quello di esprimere e diffondere odio e intolleranza, nonché di incitare al pregiudizio e alla paura verso un soggetto o un gruppo di persone di etnia, orientamento sessuale o religione differente (ad es. "immigrato sporco", "immigrato ladro", ecc.);

- *paura*: in questo caso da intendere come sinonimo di "insicurezza", "chiusura", "sfiducia" nell'altro, nei media e nelle istituzioni;

- *invasione*: intesa come l'assenza di confini e norme sociali e giuridiche che regolano il flusso migratorio, per l'alto livello di percezione d'insicurezza e per l'incapacità delle forze politiche e militari di gestire in alcuni casi l'entrata di migranti regolari nel territorio italiano.

Per aumentare l'efficacia dell'analisi tutti i contenuti sono stati filtrati potendo così eliminare quelli che sono risultati estranei alla ricerca di parole chiave sul tema immigrazione; il *feedback* ottenuto è stato particolarmente interessante. Si è poi proceduto a classificarlo andando a individuare 395 contenuti totali per Facebook e 460 per Twitter.

Ogni tipo elemento è stato suddiviso come contenuto "positivo", nel caso di sole parole chiave positive che descrivevano la migrazione come arricchimento culturale e che sostenevano le politiche di inclusione e quella tipologia di azioni che mirano all'ospitalità; nel caso di parole negative si è andato a considerare quelle corrispondenze in riferimento ad azioni violente, fenomeni di esclusione e a un'idea di immigrazione come fenomeno criminale a danno del paese ospitante.

Il periodo di tempo analizzato, la fine del 2017 e la prima metà dell'anno 2018, è stato piuttosto significativo per comprendere come gli ambienti digitali abbiano ospitato e amplificato problemi sociali complessi come l'immigrazione e come questi siano stati poi narrati e percepiti dal pubblico connesso.

Tab. 5.1 Le quattro macro aree divise da "parole positive e negative"

Positive	Negative
intercultura	crimine
ospitalità	odio
integrazione	paura
cittadinanza	invasione

* Le parole chiave cercate sono sempre state accompagnate dal termine "immigrazione" in lingua italiana

La presenza del tema migratorio nei social media traccia un percorso, già visibile nella letteratura sull'argomento, sicuramente a supporto dell'analisi di sfondo qui descritta; un'analisi che si muove con modalità diverse, su due binari completamente opposti: pietà e paura, comprensione e tensione.

Questi quattro elementi possono essere fatti risalire ad alcuni eventi sociali e politici che hanno colpito l'Italia dall'inizio del 2018: gli sbarchi avvenuti sulle coste dell'Italia meridionale, le elezioni politiche con la nascita del Governo Conte, l'incursione razzista di Luca Traini che ha visto come oggetto di violenza la città di Macerata e la forte attenzione quotidiana dei principali media sull'argomento.

Nei primi mesi dell'anno 2018 le *news* dei naufragi nel mar Mediterraneo hanno occupato il primo posto dell'agenda informativa e di particolare interesse è stato il caso della nave "Aquarius" che per molti giorni rimase bloccata nel Mediterraneo attorno alle coste italiane, seguì poi il "Caso Diciotti"; entrambi gli eventi sono stati seguiti in tempo reale dai media e sono stati oggetto di una campagna elettorale permanente in cui ogni attore politico, attraverso i propri canali online, ha commentato e "personalizzato" la narrazione dell'evento costruendo il proprio messaggio di propaganda.

Una comunicazione del tutto personalizzata, priva di ogni elemento di carattere istituzionale.

In questo modo è stato generato e amplificato un clima di risentimento in rete e nei social network, ciascun utente ha comunicato il proprio sentimento e risentimento senza considerare nessuna conseguenza etica e politica.

La situazione si è rapidamente deteriorata quando, un mese prima delle elezioni politiche, il raid di Luca Traini a Macerata si è inserito nel dibattito pubblico e nella campagna elettorale in corso dove è immediatamente emersa la matrice razzista e di estrema destra del crimine.

In effetti le elezioni politiche del 4 marzo 2018 in Italia hanno mostrato chiaramente come la politica utilizzi i social network per costruire e alimentare la propaganda, ad esempio, nel "Barometro dell'odio", uno studio condotto da Amnesty International durante l'ultima campagna elettorale in Italia sull'uso di discorsi offensivi, discriminatori e razzisti, ha sottolineato come siano state numerose le dichiarazioni politiche (91%) basate sull'odio soprattutto provenienti da partiti di centrodestra come Forza Italia (18%), Fratelli d'Italia (27%) e Lega (50%).

È importante ricordare anche la campagna di comunicazione promossa all'interno delle due piattaforme digitali contro i messaggi e tweet da parte dall'ex Ministro degli Interni italiano, Matteo Salvini, legato al virale al tag *#chiudiamoiporti* lanciato per evitare che la nave "Acquarius", con a bordo 600 migranti, sbarcasse sulle coste italiane.

Questa forte instabilità si è riverberata sulla stampa italiana e in particolare negli ambienti digitali di Facebook e Twitter.

Nel 2017 uno degli elementi che ha caratterizzato maggiormente l'informazione sull'immigrazione è stato proprio l'accento posto sulla problematicità dell'accoglienza.

A partire dai quotidiani e dai telegiornali sono state molte le immagini di donne e bambini in mare mandate in onda con l'intento di "esibire", più che di spiegare, i fatti, spingendo sugli aspetti emozionali a discapito di quei contenuti informativi che invece potrebbero aiutare a leggere in maniera maggiormente critica i vari aspetti del fenomeno migratorio (DSI, 2018).

La tutela dei minori non accompagnati o le notizie e i reportage riguardanti guerre e crisi umanitarie ne sono un chiaro esempio: pur essendo tematiche centrali nella crisi migratoria questi elementi narrativi della mobilità umana trovano ancora troppo poco spazio nei media e scarseggiano inoltre le spiegazioni e gli approfondimenti sulle cause e le motivazioni delle partenze.

Con l'analisi dei contenuti nelle due piattaforme, attraverso la ricerca per parole chiave, è stato possibile notare come l' "immigrazione" intesa come "invasione" e come fenomeno attribuibile al comportamento criminale, quindi al tema politico della sicurezza, sia parte del quadro narrativo comune anche negli ambienti digitali.

Questi temi sono accompagnati da una serie di linguaggi stereotipati, alti livelli di violenza verbale ed espressioni esplicitamente razziste (molte di queste note in letteratura e riportate spesso dai quotidiani) che tendono a spersonalizzare lo straniero e a generalizzare situazioni complesse dal punto di vista sociale e geopolitico (immigrati come terroristi, spacciatori, stupratori, criminalizzazione di ONG, accordi penali tra Italia e Libia).

Un altro elemento interessante che emerge dall'analisi, specialmente all'interno di Twitter, è quello della "paura" unita al tentativo di "giustificare" la violenza.

L'alto livello di insicurezza e la percezione di un aumento della criminalità che vede gli immigrati come protagonisti, in primo luogo, hanno generato un crescente tentativo di giustificare l'uso di espressioni violente e razziste nei confronti degli stranieri come gesto di esasperazione di fronte ad una situazione sociale altamente pericolosa e incontrollabile, inoltre, l'elevato numero di parole emerse nell'analisi, come "paura" e "invasione", indicano come l'atteggiamento di chiusura, la difficoltà di stabilire un dialogo con l'altro, così come la scelta di comunicare in modo aggressivo, possano inizialmente essere interpretati come "reazioni di difesa" da parte di molti utenti in cerca di conferma dei loro pre-giudizi.

Nonostante la bassa risposta in termini quantitativi e qualitativi di termini "positivi" è possibile affermare tuttavia che gli spazi comunicativi analizzati mostrino alcuni aspetti da considerare

scientificamente significativi: il segnale, ad esempio, di un livello comunque inferiore di intolleranza e violenza in termini di narrazione sull'argomento di immigrazione, rispetto a quanto evidenziato in letteratura.

Si nota, infatti, un livello maggiore di "tolleranza e apertura" verso i migranti all'interno della piattaforma di Facebook in quanto, oltre alla presenza di post con un maggior numero di termini positivi (276 contro 119 rispetto a quelli negativi), vi è la presenza di pagine contenenti eventi, approfondimenti, corsi di formazione online, nominativi di associazioni che mirano ad approfondire e comprendere meglio il fenomeno migratorio in Italia .

All'interno di Twitter, tuttavia, prevale ancora l'uso di un linguaggio violento e stereotipato (397 contro 63 espressioni positive): probabilmente il suo uso, principalmente di natura politico-propagandistica, alimenta non poco il conflitto verbale.

L'ambiente di Facebook mostra poi spazi (pagine, eventi, articoli, sportelli di ascolto online promossi da associazioni, cooperative, Università, partiti politici) che danno letteralmente "voce ai migranti" o che fungono da formazione virtuale sul tema o che offrono servizi di sensibilizzazione sull'argomento; Twitter, d'altra parte, presenta un livello "preoccupante" di saturazione, un eccesso di contenuti personalizzati da utenti, costituiti principalmente da professionisti politici, persone dello spettacolo, imprenditori, che costruiscono narrazioni "a senso unico" senza mostrare apertura o volontà di negoziazione sull'argomento. In generale il risultato è comunque quello di una comunicazione *end-to-end* utilizzata per imporre i propri pensieri e quindi generare conflitti.

Anche il quotidiano "Il Sole 24ore" nel 2018 riconosce Twitter come il "social network più politico", dunque uno spazio di comunicazione dove si genera un particolare tipo di *storytelling* permanente in cui ognuno è un narratore, un predicatore di se stesso, in cui le comunità si riuniscono e si dividono in modo fluido e incontrollato e ognuno di essi, nella costante discussione, crea il suo codice, la sua lingua, il suo dialogo²³.

Tab. 5.2 Presenza di contenuti positivi / negativi su Facebook e Twitter

	Facebook	Twitter
<i>Positive</i>	276	63
<i>Negative</i>	119	397
<i>Classificate</i>	395	460

²³ Milano F. (2018), "Twitter si conferma il social più politico", testo disponibile al sito: <https://www.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2018-12-05/twitter-si-conferma-social-piu-politico-111913.shtml?uuid=AE3BERtG>.

Inoltre prendendo come riferimento l'analisi di post e tweet sulle piattaforme Facebook e Twitter, si è ritenuto possibile identificare diversi livelli di rischio connessi all'uso delle tecnologie sociali associate alle narrazioni sui flussi migratori.

In particolare, ispirandosi a studi già condotti²⁴, sono stati tre i livelli di rischio (basso, medio e altro) riconosciuti all'interno degli ambienti digitali (tab.5.3).

Sono stati indicati i diversi gradi di manifestazione della violenza in relazione al fenomeno migratorio in Italia al fine di prevenire il raggiungimento di un elevato livello di "rischio tecnologico" (identificabile qui all'interno di fenomeni quali conflitti verbali, disinformazione, polarizzazione); si è ritenuto importante, inoltre, poter identificare gli elementi chiave che ci consentono di monitorare e riconoscere le "minacce" sui social media.

Quest'ultimo passaggio è utile per rispondere a loro in modo specifico di fronte a un problema complesso e in continua evoluzione come la narrazione dei flussi migratori.

I tre livelli di rischio identificati sono in grado di determinare diverse conseguenze e comportamenti nello spazio mediale interessato, a partire da due considerazioni:

- se si possiede un account sui social media si possono seguire amici, pagine istituzionali ed eventi per monitorare il loro comportamento e la qualità/quantità delle informazioni presenti e condivise;

- le condizioni multimediali e la differenziazione dei pubblici negli spazi digitali possono innescare conflitti verbali in materia di immigrazione che si verificano anche su livelli differenti di rischio tecnologico.

Più precisamente sono questi i tre livelli di rischio identificati e le loro principali:

- Basso*: l'attività di promozione della violenza consiste nella pubblicazione e /o condivisione di post, tweet, articoli o immagini. Nel caso specifico affrontato in questa categoria rientrano contenuti e narrazioni sugli sbarchi di migliaia di immigrati sulle coste italiane, comportamenti devianti e attività criminali che coinvolgono solo stranieri o specifici gruppi etnici e riguardano campagne elettorali, interviste o interventi politici, forniscono solo un quadro negativo del fenomeno migratorio in Italia;

²⁴ New York Crime Commission (2015), *Risk for Violence on Social Media*, testo disponibile al sito: <http://www.nycrimecommission.org/pdfs/social-media-violence-risk-for-violence-on-social-media.pdf>.

- *Medio*: il tipo di attività sopra descritta attiva (o aumenta) il livello di rischio di conflitto verbale e disinformazione negli spazi della rete poiché ogni tipo di pubblico connesso tenderà a partecipare alla discussione criticando o supportando ciò che è condiviso.

L'elemento multimediale, inteso come una forma di comunicazione caratterizzata dalla co-presenza e dall'interazione di più lingue (testi scritti, immagini, suoni, animazioni) nello stesso contesto di supporto o informazione, è l'aspetto caratterizzante di questo secondo livello di rischio, poiché influenza fortemente il tipo di linguaggio utilizzato, le emozioni dei singoli utenti e la loro capacità di valutare criticamente il tipo di informazioni con cui entrano in contatto.

Nella ricerca più recente (Vis 2014; Quattrocioni 2017) le scienze sociali e comportamentali hanno mostrato come gli individui siano più mossi dalle emozioni che dalla ragione e come, di fronte al sovraccarico d'informazione, gli esseri umani preferiscano mantenere intatti i loro pregiudizi, anche nel caso in cui seguito le loro convinzioni si rivelino in seguito totalmente errate.

L'impressione è che i pubblici online siano costantemente in comunicazione tra loro, ma, paradossalmente, non disponibili al confronto, si ascolta e si comunica attraverso stili emotivi differenti e basandosi sulle esperienze sviluppate da specifiche aree cerebrali.

A tal proposito Russo (2019) riconosce una forte interazione tra web e processi cognitivi-emozionali, a tal punto che arriva a sostenere che i social media e gli schermi siano in grado di modificare il cervello²⁵.

Rifacendosi ai primi lavori di Richard Davidson (2012) è possibile affermare, in riferimento al concetto di plasticità del cervello, come immediatezza e trasparenza (caratteristiche principali dei new media) ed emozionalità ed interazione (elementi di natura antropologica) favoriscano *engagement* tra le persone e cioè influiscano in maniera determinante sulla percezione del messaggio, la natura e la struttura del medium utilizzato.

- *Alto*: il livello della polarizzazione tende a diventare più forte così come il *bias* cognitivo dei media e l'interlocutore, con cui si sta comunicando, da semplice destinatario di comunicazione diventa cyber-vittima e viene ripetutamente offeso verbalmente anche a livello personale. Così il tema iniziale di discussione viene abbandonato e si registra una maggiore tendenza a "personalizzare" la comunicazione e a utilizzare lo spazio dei media come un'arena per combattere verbalmente. Avendo raggiunto un alto livello di conflitto, quella stessa violenza verbale si riverbera infine nello scenario offline sotto forma di proteste, scontri fisici, nuove forme

²⁵ Russo V. (2019), *Si, i social media e gli schermi cambiano il cervello*, testo disponibile al sito: <https://www.media2000.it/numero-326/>.

di razzismo e propaganda politica: situazioni e comportamenti in grado di cambiare radicalmente gli scenari economici, politici e sociali.

Il *bias* cognitivo umano va a fondersi con il *bias* (e la logica) del medium stesso e il risultato è una comunicazione violenta, frammentata, auto-celebrativa.

Tab. 5.3 Classificazione dei livelli di rischio tecnologico²⁶

	Livelli di rischio tecnologico	Descrizione
-Basso		• Promozione verbale della violenza
-Medio		• Conflitti verbali e disinformazione generati e / o alimentati dall'uso integrato di diversi social media
-Alta		• personalizzazione e frammentazione della propria comunicazione ed effetti psico-sociali sullo spazio offline

Questa prima parte dell'analisi, nella fase esplorativa della ricerca, evidenzia i livelli di rischio tecnologico connessi all' uso irresponsabile di internet che può diventare un veicolo pericoloso per messaggi inappropriati e dannosi.

Questa situazione sembra intensificarsi quando l'enfasi di alcune rappresentazioni dei media agisce come una cassa di risonanza nell'aderire a stereotipi e pregiudizi e determinare discussioni prolungate sullo stesso argomento e fenomeni di polarizzazione; quest'ultimi sembrano generarsi in particolar modo dalla risonanza che alcune questioni (come politica o immigrazione) hanno nei media nazionali e internazionali, ma mentre sui media tradizionali c'è un declino dei toni allarmistici, sui social media la lingua tende sempre più ad estremizzarsi.

Il livello di violenza verbale cambia, quindi, in base allo spazio comunicativo utilizzato, le tipologie di pubblici e la natura del social network influenza l'esito della comunicazione stessa.

Ciò che emerge è una visione "differenziata" del razzismo in relazione alla narrazione sul fenomeno migratorio: la differenza non rappresenta un'opportunità di confronto, ma piuttosto un impedimento a convivere con l'Altro.

²⁶ Tutti i comportamenti virtuali a basso e medio rischio hanno la capacità di trasformarsi in attività ad alto rischio e devono quindi essere attentamente monitorati quando si verificano, specialmente quando il contenuto viene ripubblicato o condiviso da molti altri utenti.

Una visione che viene a crearsi soprattutto, attraverso forme di incitamento all'odio e di aggressione verbale in cui la tecnologia diventa il canale di espressione privilegiato.

Considerando la concezione dei media come "linguaggi" (e non solo strumenti di trasmissione del contenuto), è impossibile non prendere in considerazione l'idea, sostenuta dal sociologo Harold Innis, per quanto riguarda il fatto che ogni forma di comunicazione possieda un *bias* (intesa sia come influenza che come pregiudizio).

Come accennato il termine *bias* nel senso di "influenza deformante" indica come i media condizionino pesantemente l'esistenza di una civiltà controllando il "tempo" della comunicazione (rafforzando la memoria e la coscienza collettiva) e agendo sullo "spazio" (trasmissione a distanza di informazioni); nel caso del *bias* inteso invece come "pregiudizio".

Il sistema media è in grado di determinare le caratteristiche di una civiltà condizionando i sistemi di pensiero che si sono sviluppati nel tempo: la polarizzazione dei media e nei media ostacola la comprensione di altre culture, specialmente quando soggetti, emozioni e differenti sensibilità co-esistono in un unico ambiente informativo e in una condizione costante di interconnessione²⁷.

Tuttavia l'analisi evidenzia la possibilità di un uso costruttivo degli spazi sociali e digitali, in grado di far emergere luoghi e comunità per favorire discussioni costruttive e confronti sul tema della migrazione.

La ricerca di parole chiave sulle pagine di Facebook ha trovato la presenza (anche se ancora piuttosto limitata) di contenuti "positivi" e la presenza, anche se minima, di sentimenti positivi, aiuta a percepire le ingiustizie sociali e la figura della vittima, in una dimensione non più virtuale, ma reale.

La conferma deriva anche dal primo rapporto preliminare sull'applicazione delle norme di comportamento online che sintetizza tutte le azioni che violano gli standard della comunità di Facebook²⁸: dai dati riportati emerge che tra gennaio e marzo 2018, più di 600 milioni di contenuti falsi e di tipo pornografico siano stati rimossi e 3,4 milioni di contenuti grafici considerati "violenti".

Per quanto riguarda specificamente l'incitamento all'odio, 2,5 milioni di contenuti sono stati definitivamente rimossi.

²⁷ Miconi A. (2012), *Le vie dell'impero. Comunicazione e potere in Harold Innis*, in M. Pireddu & M. Serra (a cura di) *Mediologia. Una disciplina attraverso i suoi classici*, Liguori, Napoli.

²⁸ Facebook Transparency (2019), *Report sull'applicazione degli Standard della community*, testo disponibile al sito: <https://transparency.facebook.com/community-standards-enforcement>.

È possibile affermare come la "sensibilità" e l'attenzione del pubblico in materia d'immigrazione in Italia, unitamente agli interventi tecno - giuridici dei gestori delle varie piattaforme online, siano certamente validi strumenti iniziali per sviluppare una maggiore consapevolezza e pensiero critico; ciò significa che, nonostante l' alto rischio tecno - informativo, non si può quindi escludere che l'ambiente virtuale possa dare voce a una comunicazione in grado di far emergere luoghi e comunità di discussione e confronto sul tema dell'immigrazione.

Tale condizione comunicativa può essere raggiunta quando la narrativa mediatica all'interno del web e gli strumenti offerti dai nuovi media migliorano la "sensibilità interculturale" Bennet (2015), con un approccio educativo e formativo contro la violenza e con un impatto positivo sulle comunità (online).

In questo modo la stessa comunicazione in rete diviene un canale per arginare ogni forma di discriminazione e violenza, una contro-narrativa che attraverso un post o un tweet può crescere, coinvolgere e creare forme partecipative di dissenso.

Una contro-narrazione che utilizza la tecnica della "viralità positiva", la trasparenza offerta dai nuovi media e che comporta una sorta di "sanzione sociale" (DSI 2018, p.247) e che va notevolmente a pesare su coloro che commettono atti razzisti.

Questo diverso approccio alla narrazione favorisce una maggiore attenzione alle soluzioni piuttosto che ai problemi descritti con l'obiettivo di riferire informazioni e raccontare storie in modo "costruttivo", trovando cioè soluzioni ai problemi segnalati, sensibilizzando e coinvolgendo i lettori: l'obiettivo è indagare e fornire risposte credibili ai vari problemi sociali.

Tuttavia gli spazi e le comunità virtuali che descrivono positivamente il fenomeno migratorio resistono per un breve periodo, o meglio, hanno picchi di concentrazione determinati da particolari eventi politici e sociali (come il caso della nave "Acquarius").

È necessario un notevole sforzo culturale attraverso l'inclusione digitale di cittadini già politicamente e civicamente attivi (Livingstone e Helsper, 2007); inoltre, la capacità di comprendere e interagire con questi strumenti, attraverso lingue appropriate, per analizzare le informazioni, così come la possibilità di cercare e condividere idee, richiedono investimenti in termini culturali e di formazione finalizzati a una maggiore consapevolezza delle opportunità e dei rischi nei media digitali.

Recentemente la Commissione europea ha adottato un codice di condotta contro il discorso dell'odio online: i social media come Facebook, Twitter e YouTube hanno una responsabilità collettiva nel promuovere la libertà di espressione in tutto il mondo online.

Insieme a questo aspetto è necessario identificare strumenti e percorsi formativi efficaci per l'uso dei social network e la capacità di interagire e relazionarsi in modo costruttivo e responsabile.

Si tratta di utilizzare la tecnologia nella direzione di una “cultura transmediale” (Jenkins, 2007), in cui l'uso integrato dei media è cruciale a livello strategico, organizzativo e normativo, utile per promuovere uno stato d'animo comune per le azioni di sensibilizzazione e di contrasto alla violenza.

In questa direzione, ad esempio, il tono fortemente drammatico delle campagne politiche e sociali online potrebbero lasciare spazio a un approccio positivo con un ruolo chiave per le testimonianze, le denunce e la difesa dei diritti umani.

Le piattaforme potrebbero fornire una prospettiva interessante su cui lavorare, soprattutto grazie al maggiore coinvolgimento che possono offrire in relazione agli utenti (D'Ambrosi, Papakristo, Polci, 2018); inoltre va aggiunto che il sovraccarico di informazioni e l'incontro tra culture /pubblici all'interno di spazi individuali con infrastrutture diversificate hanno reso più difficile la comprensione di fenomeni che, per essere analizzati in maniera oggettiva, necessitano di "sensibilità" e apertura alla diversità.

Per andare oltre il pregiudizio comunicativo, per valutare una civiltà basata su un certo mezzo, è necessario conoscere il mezzo stesso e valutare la sua struttura e il suo significato, solo così si avrà una rappresentazione credibile e non etnocentrica, potendo quindi costruire uno spazio civile e morale, di equilibrio in termini di informazione e dialogo interculturale, sfruttando lo stato attivo del pubblico e la trasparenza dei nuovi media.

Si tratta di costruire una nuova strategia/politica mediale cercando di superare la logica di marketing politico e giornalistico e definire un'arena mediatica per comprendere e giudicare, sperimentare alterità e uguaglianza all'interno della quale mettere in gioco diversi tipi di responsabilità, a partire dalla rappresentazione del mondo trasmessa dagli stessi media troppo spesso ritratta in modo distorto e superficiale.

5.2 Uno sguardo sui giovani: media, immigrazione e ruolo delle istituzioni

Per procedere in maniera ancora più approfondita con l'analisi di sfondo finora presentata, dal punto di vista quantitativo – qualitativo, all'interno delle piattaforme digitali, si è passati al secondo *step* previsto nella fase esplorativa della ricerca: la somministrazione di un questionario online.

Il questionario è stato creato avvalendosi della piattaforma *SurveyMonkey*, una tecnica di compilazione d'interviste/formulari online che si rivela particolarmente utile quando si tratta di esaminare campioni auto-selezionati, e non statisticamente rappresentativi della popolazione²⁹.

La versione a pagamento della piattaforma ha permesso di potere inserire, nella fase di costruzione del questionario, un alto numero di domande (25) e di poter analizzare in modo strutturato i dati ottenuti, incrociandoli e comparandoli tra loro.

La scelta del campione è stata fatta tenendo conto del loro corso di studi e degli esami previsti all'interno di questi, in modo da avere un gruppo di studenti omogeneo con un livello discreto di conoscenza su almeno una delle questioni affrontate nell'indagine³⁰.

Il questionario, lanciato a fine febbraio 2018, è rimasto online per due mesi.

Il campione di persone che ha compilato online il questionario non è stato casuale, ma si è in parte auto-selezionato dal momento che le persone hanno partecipato su base volontaria; allo stesso tempo, per rendere più strutturata e mirata l'indagine, è stato chiesto ad alcuni docenti di ogni singolo Dipartimento dell'ateneo maceratese di rendere pubblico il *link* generato online sulla loro pagina web personale.

In accordo con studenti e professori si è deciso di organizzare dei brevi incontri mirati per la presentazione della ricerca, così da spiegare caratteristiche e obiettivi del progetto, fornendo brevi nozioni teoriche sulle tematiche legate al tema "media, immigrazione e istituzioni".

Il questionario è stato compilato da circa 400 studenti (21,09% maschi e 78,91% femmine), le fasce di età emergenti sono state quelle tra i 18 e i 22 anni (58,91%) e i 23-26 anni (22,91%), la maggior parte nati in Italia (93,82%).

L'inchiesta campionaria ha permesso di capire quali costruzioni sociali dell'immigrazione hanno permeato maggiormente la popolazione studentesca di riferimento, valutando parallelamente il loro rapporto con i media e l'informazione, così come la loro percezione sull'efficacia delle politiche migratorie e le strategie comunicative attuate dalle istituzioni nazionali ed europee.

Il questionario ha previsto domande a risposta aperta e multipla ed è stato strutturato in quattro parti.

²⁹ La piattaforma d'indagine *SurveyMonkey*, infatti, se da un lato rappresenta un modo accurato e relativamente semplice per raccogliere dati, dall'altro permette solamente di raccogliere dati da parte di quelle persone che hanno autonomamente scelto di partecipare all'indagine, quindi, come nel nostro caso, un campione di circa 400 studenti dell'Università di Macerata tra i 18 e i 30 anni.

³⁰ Il questionario è stato somministrato ai gruppi di studenti più numerosi dei seguenti corsi di studio presenti all'Università di Macerata nei vari Dipartimenti: "Comunicazione di massa e nuovi media", "Comunicazione pubblica", "Sociologia generale", "Psicologia sociale", "Linguistica dei media", "Diritto dell'Unione Europea".

Una prima parte delle domande si è focalizzata principalmente sull'utilizzo dei media tradizionali e digitali e il rapporto del campione con l'informazione, mentre la seconda ha previsto un focus sul fenomeno migratorio in Italia e la rappresentazione di questo nei principali canali d'informazione; la terza parte ha previsto invece domande inerenti il ruolo delle istituzioni nella gestione dei flussi migratori e della comunicazione sul medesimo tema, in ultimo è stata inserita la sezione destinata ai dati socio-demografici.

Com'è stato precisato nella parte introduttiva di presentazione della metodologia adottata, il periodo di costruzione del questionario ha coinciso con quelli che i media hanno definito "i fatti di Macerata", le cui vittime sono state esclusivamente cittadini stranieri.

Nei mesi a seguire sono stati molti gli eventi e i dibattiti politici che sono stati oggetto di una campagna elettorale permanente che hanno coinvolto cittadini e istituzioni sul tema migranti nella Regione Marche, in particolare nella provincia di Macerata; a tal proposito il principale limite di questa seconda parte della fase esplorativa della ricerca può essere individuato, anche se in piccola parte, proprio nel periodo di tempo in cui il questionario è stato somministrato agli studenti, in concomitanza appunto con i "fatti di Macerata". Buona parte del campione è infatti residente nelle Marche, si tratta di studenti per lo più frequentanti iscritti all'ateneo maceratese (63,27%), coinvolti anche in attività extra-universitarie sul territorio e per questi motivi il grado di coinvolgimento emotivo potrebbe in qualche modo aver influenzato la risposta ad alcune delle domande poste.

Nonostante questo è stato possibile individuare anche dei punti di forza da non sottovalutare e cioè, ad esempio, il buon livello di partecipazione, di serietà e di interesse che gli studenti hanno dimostrato in fase di somministrazione del questionario durante le successive attività didattiche e seminari che hanno in questi ultimi anni coinvolto tutto l'Ateneo sul tema media e processi migratori.

Fig.1-Età

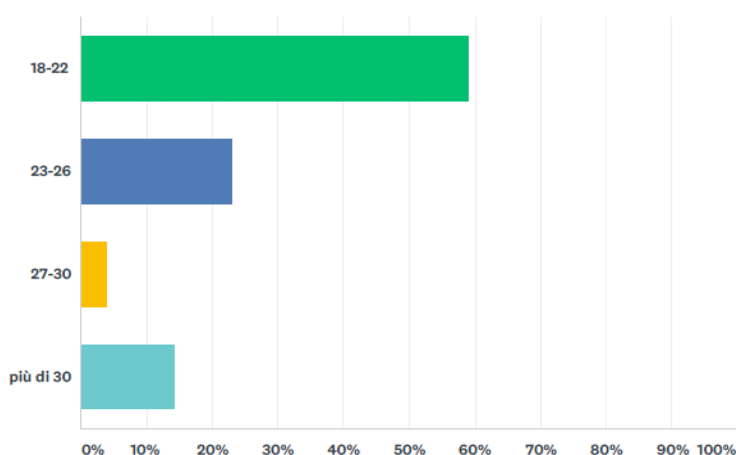
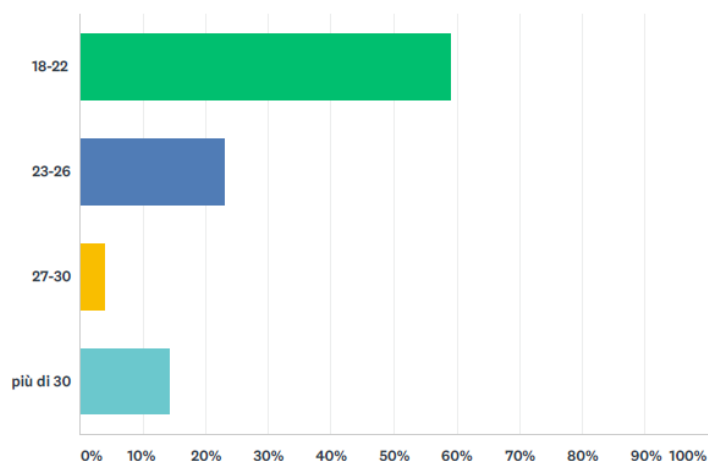
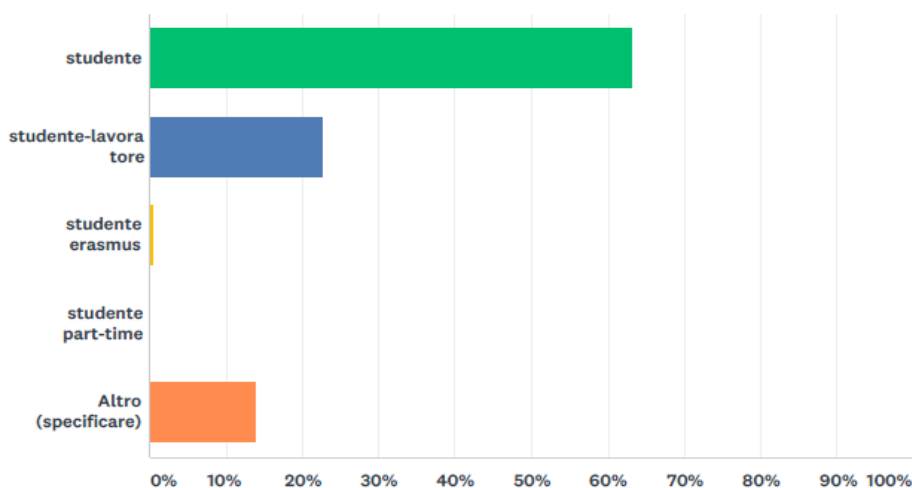


Fig.2-Nazionalità italiana



Fonte dati: 412

Fig.3-Condizione occupazionale



Fonte dati: 412

5.3 Informazione e uso dei media

L'indagine si apre con alcune domande inerenti il rapporto tra giovani, informazione e media tradizionali e digitali.

“Pensi sia oggi utile informarsi?” “Quali media utilizzi maggiormente?” “Ti è mai capitato di confrontare fonti informative diverse sullo stesso argomento?” “Hai fiducia nei mezzi di comunicazione?”

A questi interrogativi ha cercato di rispondere la prima parte dell'indagine, la scelta di indagare su questo specifico tema, proprio nella fase iniziale, è stata duplice.

La prima è legata all'emergere di un recente fenomeno socio-informativo piuttosto inedito all'interno degli ambienti digitali, quello delle cosiddette *fake news* che ha sconvolto il modo di produrre, leggere ed interpretare l'informazione, soprattutto quella online, negli ultimi cinque anni.

Alla fine del 2016, con il referendum sulla cosiddetta *Brexit* e l'elezione del presidente americano Donald Trump, il tema più dibattuto è stato appunto quello sulla disinformazione online e nei canali tradizionali.

Con l'espressione *fake news* ci si riferisce a quel tipo di informazioni verosimili, basate su dati distorti o inesistenti, il cui fine è quello di ingannare e persino manipolare il lettore (Butera, Springhetti 2018); l'efficacia delle false notizie è dovuta in primo luogo alla capacità di queste di apparire plausibili, in secondo luogo al loro essere in grado di catturare l'attenzione dei destinatari, sfruttando emozioni immediate e facili da suscitare e facendo leva sui pregiudizi diffusi all'interno di un tessuto sociale (Vis, 2014).

Le logiche mediali prima descritte garantiscono il funzionamento di tale processo di manipolazione soprattutto se attivato all'interno degli ambienti digitali, dove il sovraccarico informativo e di pubblici rendono più complesso un sano confronto con altre fonti informative, mentre, come visto nella precedente analisi, facilitano atteggiamenti ipersensibili e intolleranti e l'adesione a stereotipi e pregiudizi.

Inoltre ispirandosi alla letteratura sul tema e ai report pubblicati negli anni 2017-2018 (anno di avvio della ricerca qui presentata), la popolazione giovanile italiana si è mostrata quella maggiormente legata a un alto livello di consumi mediatici rispetto agli anziani, e questa è stata la seconda principale motivazione.

Le distanze tra i consumi mediatici dei giovani e quelli degli anziani, infatti, continuavano a essere rilevanti, con i primi posizionati sulla linea di frontiera dei *new media* e i secondi distaccati, in termini di quote di utenza, di decine di punti percentuali.

L'indagine Censis del 2017 mostrava chiaramente come tra i giovani la quota di utenti della rete arrivava al 90,5%, mentre era ferma al 38,3% tra gli anziani; l'89,3% dei primi usavano i telefoni *smartphone*, ma lo faceva solo il 27,6% dei secondi; il 79,9% degli under 30 era iscritto a Facebook, contro appena il 19,2% degli over 65; il 75,9% dei giovani usava YouTube, come faceva solo il 16,5% degli ultrasessantacinquenni; quasi la metà dei giovani (il 47,7%) consultava i siti web di informazione, contro appena il 17,6% degli anziani; il 40,9% dei primi guardava la web tv, contro appena il 7,4% dei secondi; il 39,9% dei giovani ascoltava la radio attraverso lo *smartphone*, mentre

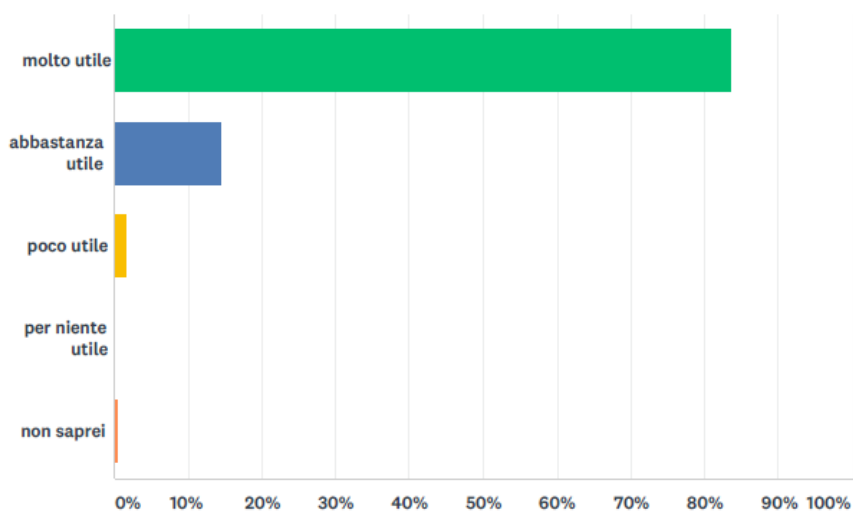
lo faceva solo il 3,5% dei longevi; su Twitter c'era più di un quarto dei giovani (il 26,5%) e un marginale 3,2% degli over 65.

Si notava qui anche il caso opposto, quello dei quotidiani, per i quali l'utenza giovanile (il 23,6%) era ampiamente inferiore a quella degli ultrasessantacinquenni (il 50,8%)³¹.

Partendo da questo scenario generale i risultati emersi dal questionario si sono dimostrati da subito interessanti.

Alla domanda "Pensi sia utile informarsi? E perché?" l'83,65% degli intervistati ha risposto che lo ritiene molto utile perché "serve a sviluppare consapevolezza pensiero autonomo e critico" (70,83%) mentre il 14,42% lo ritiene "abbastanza utile e vede l'informazione come uno "strumento per difendersi dai manipolatori" (11,86%), il 7,05% pensa sia un modo per arricchirsi dal punto di vista culturale.

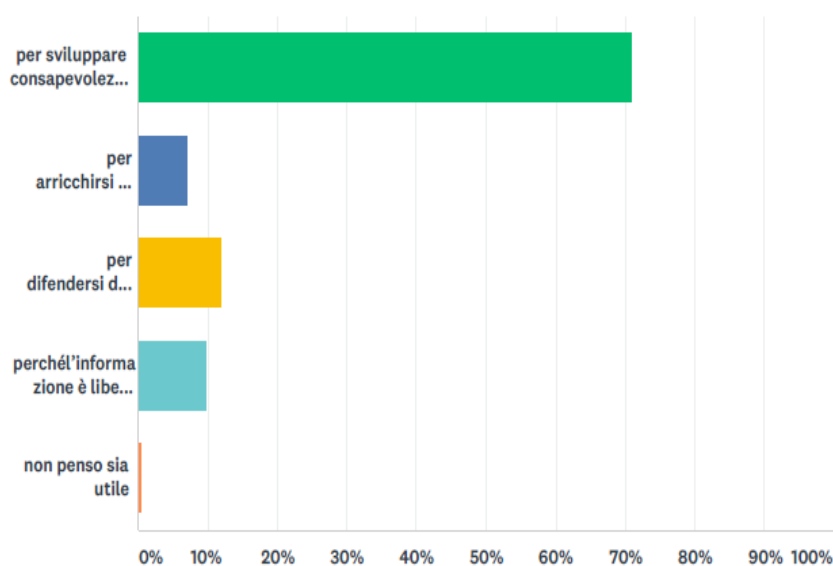
Fig.4 -Pensi sia utile informarsi?



Fonte dati: 412

³¹ Censis (2017), *I media e il nuovo immaginario collettivo*, testo disponibile al sito: http://comunicazione.foromez.it/sites/all/files/censis_sintesi_2.pdf.

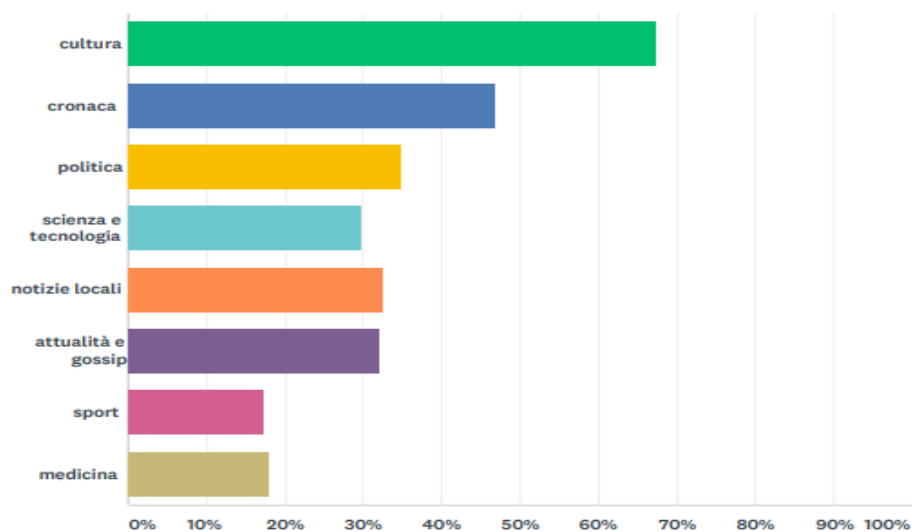
Fig.5.-E perché?



Fonte dati: 412

Il tipo d'informazione che viene principalmente seguita è la cultura (67,31%), segue poi la cronaca (46,79%) e la politica (34,94%); particolarmente interessante (considerando il lavoro di ricerca più avanti presentato) è vedere come una parte significativa di studenti seguano le *news* a livello locale (32,37%) al pari di attualità e gossip, meno è l'attenzione rispetto alle tematiche inerenti scienza e tecnologia.

Fig.6- Quale genere di informazione ti interessa principalmente? (max 3 risposte)



Fonte dati: 412

Connessi a questi dati seguono altre risposte che sono risultate particolarmente significative per comprendere come i giovani studenti si rapportano con i canali d'informazione tradizionali e digitali.

Alla domanda “Pensando alla tua esperienza con quale frequenza utilizzi i seguenti mezzi per informarti?”, considerando i differenti media proposti come opzioni di risposta, si nota un livello piuttosto importante, in termini percentuali, di soggetti che non utilizzano le piattaforme Twitter (86,13%), LinkedIn (86,41%), Blog/Forum (57,88%). Più frequente invece è l'ascolto della radio (40,65%) e la visione dei telegiornali (47,42%); da notare come in generale gli spazi digitali più frequentati siano Facebook (54,66%) e Instagram (71,61%).

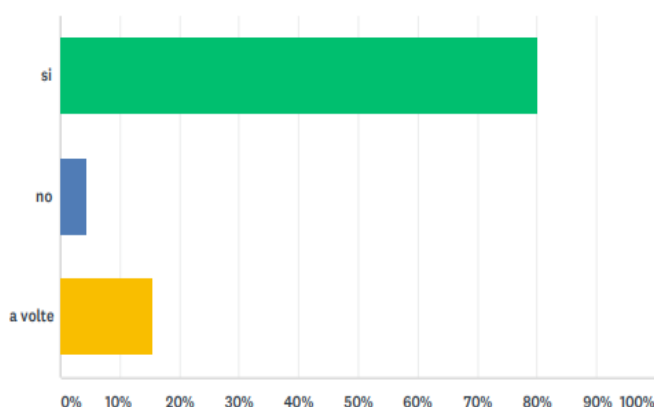
Fig.7- Pensando alla tua esperienza con quale frequenza utilizzi i seguenti mezzi per informarti?³²

Medium	Mai	Raramente (qualche volta al mese)	Spesso (qualche volta alla settimana)	Sempre (ogni giorno)
leggi periodici, quotidiani cartacei	18.97%	54.98%	23.47%	2.57%
vedi telegiornali	4.19%	18.71%	47.42%	29.68%
ascolti la radio	12.58%	26.13%	40.65%	20.65%
visiti siti web di informazione	2.89%	19.61%	52.41%	25.08%
usi facebook	4.50%	15.76%	25.08%	54.66%
utilizzi twitter	86.13%	6.45%	4.19%	3.23%
usi youtube	4.52%	19.03%	46.45%	30.00%
utilizzi instagram	15.48%	5.81%	7.10%	71.61%
usi linkedin	86.41%	8.41%	2.59%	2.59%
leggi o scrivi su blog/forum	57.88%	27.65%	11.25%	3.22%

³² La scala *single item* (o a parziale autonomia semantica), utilizzata in questo caso, è stata rappresentata da categorie di risposta ordinate con affermazioni del tipo “mai”, “raramente” “spesso”, “sempre” in cui il significato delle categorie di risposta è solo parzialmente autonomo dalle altre. Per una maggiore chiarezza dal punto di vista grafico si è scelto di rappresentare la grande quantità di dati attraverso una tabella.

Risultati anche in questo caso rilevanti si sono riscontrati nella domanda seguente “Ti è mai capitato di confrontare fonti diverse sullo stesso argomento per verificare le notizie?” dove l’80,13% dichiara di confrontare notizie che trattano uno stesso tema, il 15,38% non è solito procedere abitualmente con questa operazione di verifica.

Fig.8- Ti è mai capitato di confrontare fonti diverse sullo stesso argomento per verificare le notizie?



Fonte dati: 412

Dati simili sono emersi anche da una ricerca effettuata recentemente in Italia da *Skuola.net* su 3.500 utenti del portale, per conto della Polizia di Stato in occasione dell’evento “Una Vita da Social”(2017)³³, l’iniziativa itinerante per l’educazione al corretto uso della Rete,dove il 93% dei ragazzi tra gli 11 e 25 anni ha dichiarato di verificare l’informazione e di saper distinguere tra una *fake news* e una notizia vera.

L’abitudine a verificare le fonti, da parte dei giovani, costituisce una vera e propria “competenza strategica” legata all’utilizzo dei nuovi media e rientrante nel concetto di *media literacy* (Aufderheide 1993; Livingstone 2010) definita come la capacità di accedere, analizzare, valutare e produrre messaggi in tutti i formati della comunicazione mediale.

Come ricorda Van Dijk (2005) oltre alle più basilari competenze operazionali riscontrabili già nei “nativi digitali” (Prensky, 2001), occorre una maggiore capacità di gestione della ricchezza/sovraabbondanza relazionale in rete e di selezione e processo delle informazioni (capacità informazionali); la consapevolezza da parte degli intervistati sul fatto che l’ambiente mediale,

³³ Skuola.Net (2017), “Fake News”? Non è una trappola per giovani: 9 su 10 sicuri di saper riconoscere una bufala online”, testo disponibile al sito: <https://www.lastampa.it/blogs/2017/12/01/news/fake-news-non-e-una-trappola-per-giovani-9-su-10-sicuri-di-saper-riconoscere-una-bufala-online-1.37250959>.

soprattutto quello digitale, ospiti principalmente notizie che poi si rivelano false o difficili da verificare, è riscontrabile nel discreto livello di fiducia che essi ripongono nei mezzi d'informazione.

Ciò che emerge a tal proposito dall'indagine effettuata tra gli studenti è che, considerando le percentuali di risposta più alte, il 62,18% degli intervistati dichiara di avere “abbastanza” fiducia nella stampa quotidiana cartacea, nei telegiornali (52,24%) e anche nella radio (61,09%).

Sono più bassi i livelli di fiducia se andiamo a considerare i canali digitali: il 44,23% ritiene “poco affidabile” ciò che viene scritto e visto nei blog o nei forum, così come all'interno di YouTube (35,90%), di Facebook (53,70%) e Instagram (38,83%), mentre i siti ufficiali di informazione online sono quegli spazi maggiormente consultati e considerati “abbastanza affidabili”(56,09 %).

Fig.9- Hai fiducia nei seguenti mezzi d'informazione?³⁴

Medium	Nessuna	Poca	Abbastanza	Molta	Non saprei
Stampa quotidiana cartacea	1.28%	15.71%	62.18%	19.23%	1.60%
Telegiornali	3.85%	22.76%	52.24%	20.83%	0.32%
Radio	2.57%	15.43%	61.09%	17.04%	3.86%
Siti web d'informazione	1.28%	24.04%	56.09%	16.67%	1.92%
Blog/forum	9.94%	44.23%	34.29%	2.56%	8.97%
You tube	8.97%	35.90%	42.95%	5.77%	6.41%
Facebook	10.61%	53.70%	29.26%	3.54%	2.89%
Twitter	25.00%	30.19%	19.48%	3.90%	21.43%
Instagram	16.18%	38.83%	27.83%	4.85%	12.30%

Fonte dati: 412

³⁴ Le opzioni di risposta fornite sono state: “nessuna”, “poca”, “abbastanza”, “molta”. Il grafico mostra quanta fiducia, in media, gli studenti hanno nei confronti dei vari mezzi di comunicazione. Anche in questo caso per una maggiore chiarezza dal punto di vista grafico si è scelto di rappresentare la grande quantità di dati raccolti all'interno di una tabella.

La fiducia maggiore si registra nei media tradizionali, telegiornali e stampa cartacea in testa.

I rischi tecnologici di cui si è parlato nel capitolo precedente, *hate speech* e *fake news* in particolare, hanno contribuito a rendere meno credibile negli ultimi anni l'ambiente digitale.

Dal 2016 si sono cominciati a registrare picchi di sfiducia nei confronti di quei contenuti condivisi all'interno dei social media.

Lo dimostra anche una recente ricerca italiana dal titolo "Come si informano le nuove generazioni italiane" condotta dall'Istituto Demopolis per conto dell'Ordine dei giornalisti italiani, che sottolinea come gli under 30 in Italia utilizzino come strumento di informazione al primo posto la stampa online (75%), ma anche la televisione (66%).

Gli under 30 italiani ripongono maggiore fiducia nei social network, il 63% infatti utilizza Facebook o YouTube per tenersi informato, tuttavia questa non è una fiducia cieca; ben il 56% di loro, infatti, attinge alle notizie dai social con spirito critico, dubitando spesso sulla credibilità reale di tale notizie.

La fiducia sull'attendibilità delle notizie sale, se invece ci si affida ai media tradizionali, solo il 24% infatti dichiara di dubitare spesso della credibilità della televisione o della stampa cartacea.

I risultati emersi dal nostro questionario su questo aspetto coincidono anche in buona parte con i dati pubblicati dal Rapporto Censis 2018, dove si legge come nella graduatoria dei media, gli italiani utilizzino i telegiornali e Facebook per informarsi, ma mentre i Tg rafforzano la loro funzione (la loro utenza passa dal 60,6% del 2017 al 65% del 2018), Facebook ha subito una importante battuta d'arresto (-9,1%).

Assistiamo a un calo nell'utilizzo dei canali online che ha riguardato non solo i social network, come YouTube (-5,3%) e Twitter (-3%), ma anche il web in generale (i motori di ricerca hanno perso il 7,8% di utenza a fini informativi). In termini di fiducia la radio ottiene il primato della credibilità, con il 69,7% di italiani che la considerano "molto affidabile".

Nella tendenza alla perdita di fiducia spiccano dunque i media digitali, le nuove piattaforme divengono veicoli di notizie soggette a possibili manipolazioni e il risultato è che il 27,2% degli italiani si fida di meno dei social network e il 20,7% ha meno fiducia nei siti d'informazione online (Censis, 2018).

5.4 Immigrazione e rappresentazione

Dopo aver indagato il loro rapporto con i media, nella seconda parte del questionario le domande proposte agli studenti miravano a comprendere la loro conoscenza e percezione del fenomeno migratorio sulla base della narrazione politica e mediatica a cui quotidianamente siamo esposti.

Prima di tutto è stata somministrata la domanda aperta, “Chi è per te l’immigrato?”, provando così a valutare se le risposte poi fornite scaturissero da una base di conoscenza socio-giuridica o culturale dell’immigrazione oppure da una *summa* di definizioni/luoghi comuni riscontrabili nei media principali italiani.

Le risposte raccolte, piuttosto numerose e differenti tra loro, sono state ricondotte a 4 macro-categorie interpretative contenenti le definizioni più significative fornite dal campione (cfr. tab. 6.2): 1. *immigrato come soggetto differente*, è un individuo che si muove perché costretto ad abbondare contesti di povertà in cui vive, per sfuggire a situazioni di violenza (es. “persona bisognosa che scappa”, “persona che vive in un paese di guerra”, “disperato che si mette in gioco”); 2. *immigrato come straniero*, è un soggetto nomade, di lingua diversa, con i propri usi e costumi (es. “persona che viene da un altro paese”, “colui che si muove”, “chi ha origini differenti”); 3. *immigrato come “nuovo cittadino”*, è colui che si muove con l’obiettivo di costruirsi un futuro fuori dal proprio paese d’origine e costruisce nuove relazioni (es. “persona che cambia paese per vivere meglio”, “colui che cerca lavoro fuori”, “persona in cerca di accoglienza e di buone opportunità”); 4. *immigrato come “Persona”*, come individuo che non può essere definito esclusivamente secondo categorie etno - giuridiche o socio - culturali (es. “un essere umano”, “uomo e cittadino del mondo”).

Fig.10 - Categorie interpretative dell’immigrato

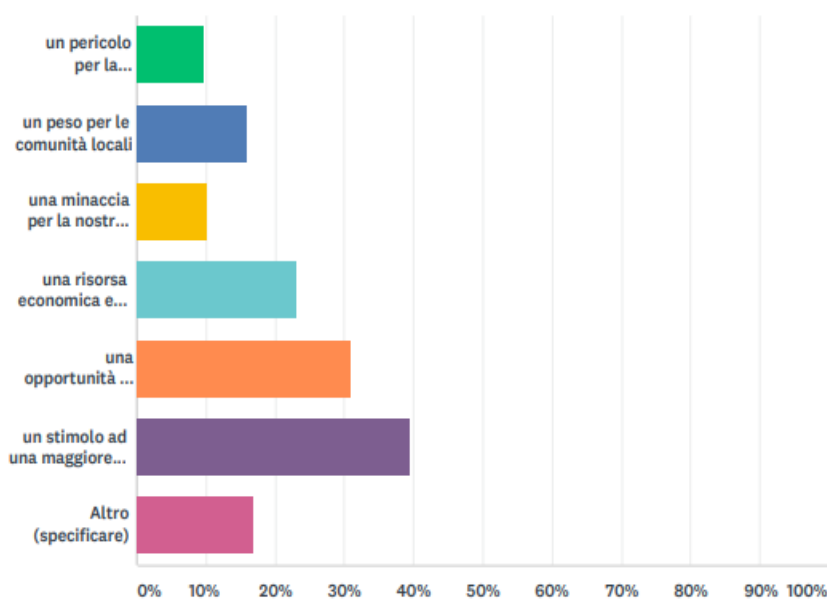
-
1. *Immigrato come soggetto sofferente*
- “persona bisognosa che scappa”, “persona che vive in un paese di guerra”, “disperato che si mette in gioco”
 2. *Immigrato come straniero*
- “persona che viene da un altro paese”, “colui che si muove”, “chi ha origini differenti”
 3. *Immigrato come “nuovo cittadino”*
“persona che cambia paese per vivere meglio”, “colui che cerca lavoro fuori”, “persona in cerca di accoglienza e buone opportunità”
 4. *Immigrato come “Persona”*
“un individuo come gli altri”, “un essere umano”, “uomo e cittadino del mondo”
-

Secondo la definizione proposta dall'Onu, "immigrato" è colui che si è spostato in un Paese diverso da quello di residenza abituale e che vive in quel Paese da più di un anno (Ambrosini, 2017).

Ciò che emerge dall'indagine presenta tratti comuni con questa definizione, considerando che l'immigrato viene comunque inteso dagli intervistati come un soggetto in continuo movimento, generalmente di cultura diversa, che si muove perché spinto da bisogni di varia natura per stabilirsi in un altro luogo in maniera più o meno definitiva.

Gli intervistati, inoltre, ritengono che la presenza di immigrati in Italia costituisca uno "stimolo per una maggiore inclusione sociale" (39,57%) e "una opportunità di maggiore socializzazione e rigenerazione urbana" (30,94%), anche se non è un dato da sottovalutare il fatto che il 15,83% ritenga che l'immigrato sia "un peso per la comunità".

Fig.11- Gli immigrati in Italia rappresentano:



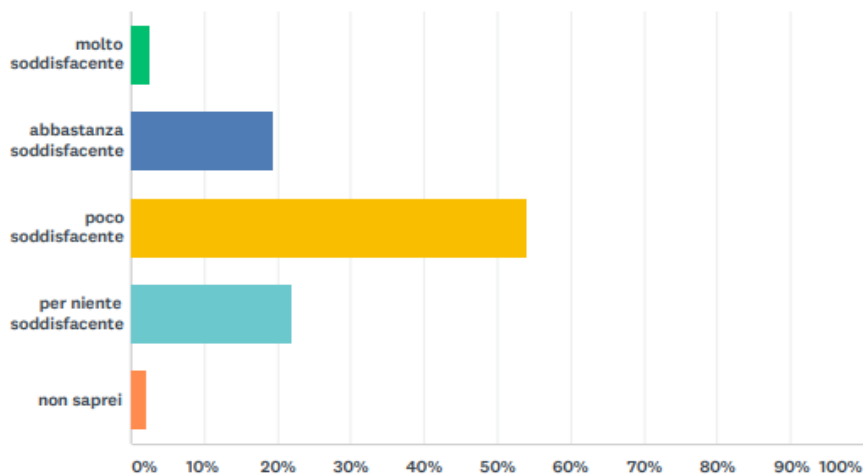
Fonte dati: 412

Sulla base di questi dati è utile notare come emerga principalmente un visione "neutrale" del migrante, comunque priva di stereotipi o pregiudizi, a differenza di quanto è stato possibile riscontrare nel discorso pubblico all'interno dei social network come mostrato nel capitolo precedente.

Una visione difficilmente riscontrabile all'interno dei media, dove la figura dell'immigrato rimane ancora vittima di stereotipi comunicativi: più della metà degli intervistati considera infatti

“poco soddisfacente” (53,96%) l’informazione sul tema migranti nei principali media, mentre il 21,94% non ritiene affatto che l’informazione che abbiamo a disposizione quotidianamente risulti utile per comprendere meglio il fenomeno dell’immigrazione.

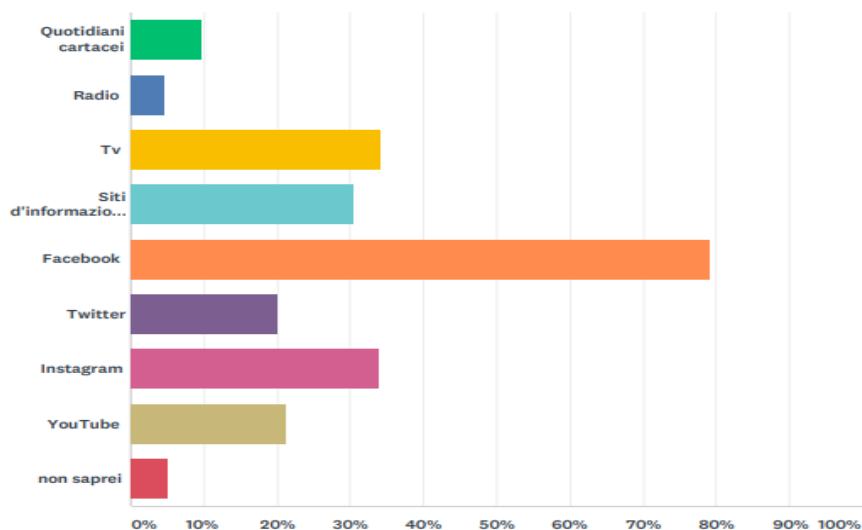
Fig.12 -Nei principali media italiani come consideri l’informazione sul tema immigrazione?



Fonte dati: 412

Dati che non sorprendono se si considera, procedendo con l’indagine, che le piattaforme digitali Facebook (79,14%) e Instagram (33,81%), ad esempio, sono considerati spazi comunicativi dove è possibile riscontrare un maggior livello di violenza verbale e di notizie false. Seguono televisione (34,17 %) e siti d’informazione online (30,58%).

Fig.13- Quali spazi comunicativi contengono secondo te più violenza verbale e disinformazione?



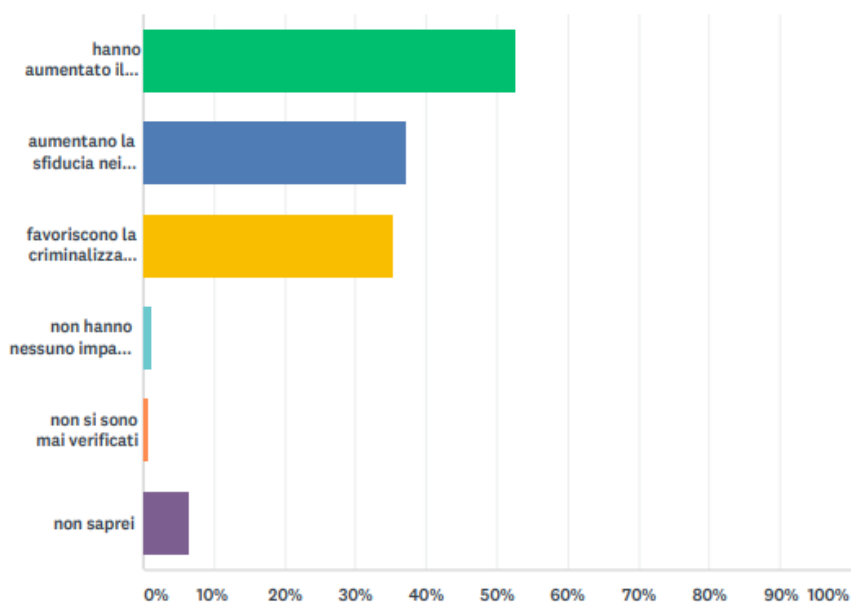
Fonte dati: 412

Come evidenziato gli intervistati nutrono una discreta fiducia nei media digitali e ritengono che l'informazione attuale non fornisca una chiara ed esaustiva narrazione del fenomeno migratorio, al contrario, ritengono che la comunicazione sia falsificata, confusa e violenta.

Fenomeni come quelli delle bufale online sono ritenuti piuttosto dannosi per la società, soprattutto si ritiene abbiamo aumentato il livello di insicurezza nel nostro paese (52,52%), aumentando la sfiducia tra sistemi informativi e i cittadini (37,05%) e favorendo la criminalizzazione dello straniero (35,25%).

Una bassissima percentuale del campione (1,08%) non crede che tali fenomeni online abbiano avuto un impatto importante nella società.

Fig.14- Secondo te i casi recenti di *fake news* (bufale in rete) o *hate speech* (discorsi d'odio) in merito al fenomeno immigrazione³⁵:



Fonte dati: 412

In tutte le fasi della loro storia i mezzi di comunicazione hanno ricoperto un ruolo significativo nel progetto di costruzione e mantenimento della fiducia in noi stessi, nelle istituzioni e nella

³⁵ Per questa domanda le opzioni di risposta fornite sono state: “hanno aumentato il livello di insicurezza nel nostro paese”, “aumentando la sfiducia tra sistemi informativi e i cittadini”, favoriscono la criminalizzazione dello straniero”, “non hanno nessun impatto sociale”, “non si sono mai verificate”, “non saprei”.

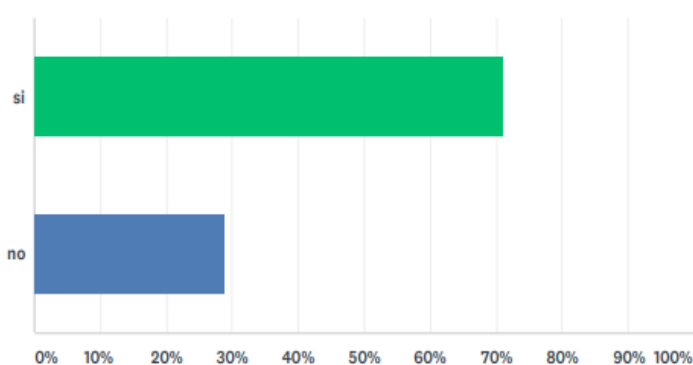
continuità della vita quotidiana, in quanto componenti essenziali dell'esperienza della realtà (Innis 1951; Silverstone 1994).

I media sono “sistemi astratti” (Giddens 1994; Silverstone 2002) nei quali noi riponiamo fiducia, rafforzando la nostra volontà di fidarci di altri sistemi astratti e l'uno dell'altro, ma se questa fiducia si mostra psicologicamente insoddisfacente, questo dipende da ciò che viene valutato in contrapposizione ad essa e da quelle fonti di fiducia (compresa quella personale) che sono disponibili o che nel tempo lo sono state. Questo accade perché esperienze mediate e non mediate si intrecciano, partecipazione e rappresentazione si legano tra loro plasmando e unificando spazio pubblico e privato.

Nei dati che seguono questo concetto emerge nel momento in cui viene domandato agli studenti se la presenza di blog, di gruppi online, di forum, di pagine e di spazi informativi ufficiali (e non) “pro-immigrazione” possa contribuire positivamente a creare nuove forme di solidarietà in rete e/o a spiegare più correttamente il fenomeno migratorio.

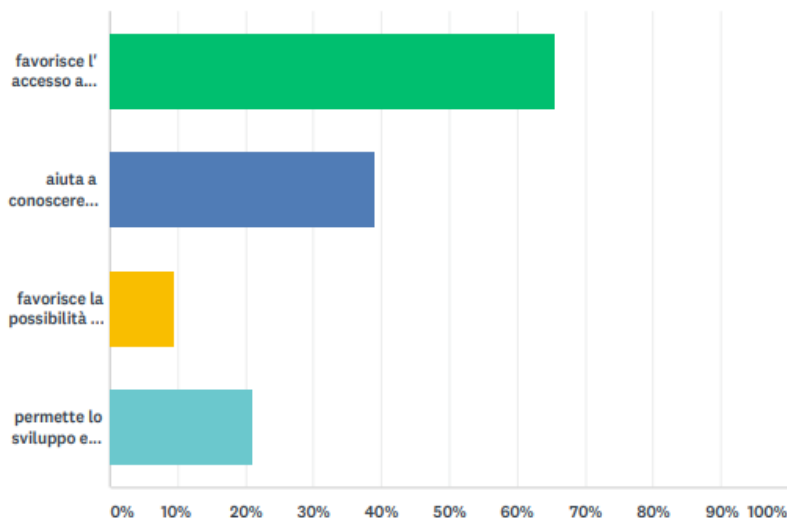
Il 71,22% degli studenti ritiene che questo sia possibile soprattutto perché le caratteristiche del web permettono “l'accesso a diverse notizie” e “l'immediato confronto delle fonti” (65,40%), “favorisce l'incontro con soggetti di culture differenti “ per il 38,86%.

Fig.15- La presenza di gruppi online, eventi, forum, blog e pagine in rete pro-immigrazione potrebbe aiutare a spiegare meglio il fenomeno migratorio e creare nuove forme di solidarietà?



Fonte dati: 412

Fig.16- Se hai risposto si, motiva la tua risposta³⁶:



Fonte dati: 412

Odio online e disinformazione sono i due fattori che hanno minato insicurezza e sfiducia negli spazi mediali e questo perché, parafrasando Giddens (1994), viviamo un nuovo mondo della comunicazione globale che nella sua pluralità non riesce a nascondere la continua presenza di importanti differenze e conflitti.

Sembra comunque emergere un atteggiamento positivo e una consapevolezza negli intervistati: riporre fiducia nei media e nell'informazione oggi significa utilizzare la rete in modo responsabile, senza allontanarsi dagli spazi mediali, ma vivendoli quotidianamente con il rischio di sbagliare, coltivando nuove competenze di gestione dell'informazione di comunicazione e provando a prevedere le conseguenze della nostra comunicazione nello spazio pubblico (Padula, Cerretti 2016; Mastroianni 2017).

Nella società dell'informazione, l'assenza di informazione sarebbe considerata una "privazione immensa" (Silverstone, 2002), ma è pur vero che l'informazione di per sé non ha valore, ciò che conta è la conoscenza, intendendo quest'ultima (in questo specifico contesto) come sinonimo di "competenza mediale": la capacità di saper leggere e comprendere ciò che vediamo e ascoltiamo.

³⁶ Per questa domanda le opzioni di risposta fornite sono state: "favorisce l'accesso a informazioni differenti e il confronto tra le fonti", "aiuta a conoscere persone e culture diverse", "favorisce la possibilità di creare forme di associazionismo in rete", "permette lo sviluppo e l'utilizzo di "tecnologie sociali" per l'integrazione (app,mappe online, traduttori, ecc..)".

5.5 Istituzioni, comunicazione e flussi migratori

Negli ultimi quindici anni l'Europa ha acquistato una posizione centrale nella geografia migratoria globale; per questioni legate alla collocazione geografica e alla struttura socio-demografica, il continente è stato ed è, nel contempo, esposto a migrazioni spontanee e bisognoso di flussi selettivamente programmati (Ducci, 2012).

La difficoltà di far corrispondere la realtà migratoria con le aspirazioni e i bisogni strutturali rappresenta una delle sfide centrali per il futuro delle società e delle istituzioni europee: la comunicazione è, infatti, funzionale alle esigenze di informazione e alla richiesta di trasparenza avanzata dai cittadini. Si mostra necessaria soprattutto per la promozione di una comunicazione di servizio, tesa a garantire efficienza ed efficacia dell'azione promossa dalle Istituzioni europee e, allo stesso tempo, è indispensabile per valorizzare la cittadinanza europea e sensibilizzare la collettività al senso civico (D'Ambrosi, 2019).

Le opportunità offerte dalla Rete e dagli sviluppi tecnologici hanno incrementato la quantità e qualità dell'informazione istituzionale ed europea, favorendo il ricorso a siti, blog, banche dati di approfondimento, agevolando una più attiva partecipazione dei lettori, grazie alla natura interattiva dei nuovi media e alla possibilità degli utenti di ricoprire l'inedito ruolo di produttori e distributori di contenuti online; tuttavia, sono ancora molte le difficoltà da parte delle redazioni giornalistiche di adeguare il più possibile l'informazione ai tempi decisionali delle diverse sfere pubbliche (europea e nazionale) e alle sue ricadute sull'informazione locale (D'Ambrosi, 2019).

Quest'ultimo aspetto in particolare va a toccare profondamente anche la questione migratoria.

A livello locale, nazionale ed europeo è possibile individuare una ulteriore sfida, quella di costruire una comunicazione istituzionale capace di garantire modalità e spazi di relazione con i cittadini sempre più mobili attraverso appunto le nuove tecnologie digitali.

Comunicare l'immigrazione è una competenza specifica che le istituzioni pubbliche dovrebbero acquisire con lo scopo di riequilibrare certe narrazioni medialità alquanto distorte (vedi cap.3).

La comunicazione pubblica, infatti, può rappresentare un canale strategico per governare i flussi migratori e l'inclusione dei soggetti stranieri «promuovendo quanto più possibile una coesione effettiva» (Gualmini 2017, p.4) e questo a cominciare da Comuni e Regioni che, in questo processo di creazione e rafforzamento della comunità, sono elementi fondamentali in quanto maggiormente vicini ai cittadini e più consapevoli delle singole realtà.

All'interno di queste realtà i media ricoprono un'importanza strategica in quanto chiamati a supportare l'azione istituzionale e ad esercitare una narra-azione responsabile mirata a promuovere dialogo tra le culture e fornire una informazione equilibrata (Sapigni, 2017).

La cura dell'informazione sul tema dell'immigrazione, da e verso il sistema media, è diventata una necessità impellente per le istituzioni e il modo di intendere l'interculturalità all'interno di una comunità si evince dal rapporto tra cittadini e soggetti pubblici, tra organi istituzionali e responsabili della comunicazione (Morcellini, Mazza 2008).

I risultati della precedente indagine sulle piattaforme Facebook e Twitter e lo studio della letteratura sul tema, ci hanno già in buona parte indicato come sia nei media tradizionali che in quelli digitali, la migrazione venga ancora pubblicamente presentata come un fenomeno eccezionale, una "eccezionalità" negativa affrontata per lo più come emergenza.

L'insicurezza della popolazione si riflette (ed è influenzata) dai media, dalle sue immagini e dalle metafore che ritraggono ancora l'immigrazione in termini di "invasione" e questo formato dell'informazione attrae e coinvolge emotivamente i pubblici aumentando il consumo mediale (Mahtani, Mountz 2002).

Liberarsi dagli stereotipi in parte creati dalla narrazione spettacolarizzante dei media sembra quasi impossibile: l'utilizzo di espressioni come "emergenza" o "ondate", che rimandano all'idea di un'invasione di migranti, contribuisce a rappresentare l'immigrazione come un evento pericoloso o transitorio, slegato dalle reali dinamiche dei flussi migratori (flm, 2015).

Riconoscere la popolazione immigrata non più come un problema da arginare, ma come una componente ineliminabile della società contemporanea da studiare, comunicare e gestire in maniera strategica e responsabile, potrebbe forse rappresentare il primo passo verso una nuova visione del fenomeno dell'immigrazione, rinnovando innanzitutto linguaggi e strumenti mediali dell'informazione.

In Europa gli "errori" dei media sono stati pressoché gli stessi di quelli riscontrati nel nostro paese; a tal proposito l'*Ethical Journalism Network* ha svolto un'analisi sulla copertura mediatica della migrazione inerente l'attività di comunicazione nell'Unione europea in 14 paesi in tutto il mondo³⁷.

Lo studio evidenzia come i giornalisti spesso non siano in grado di raccontare le notizie nella loro completezza, ma cadano in *format* propagandistici e politici: ad esempio il tono dei messaggi

³⁷ Ethical Journalism Network (2015), *Moving Stories*, testo disponibile al sito: <https://ethicaljournalismnetwork.org/assets/docs/038/141/6adda26-23eaf8d.pdf>.

analizzati richiama spesso quello degli *hate speech*, delle dichiarazioni anti-immigrati che alimentano la crescente preoccupazione pubblica.

I media non riescono a fornire informazioni dettagliate e attendibili rispetto alla crisi dei rifugiati e il sensazionalismo, portato all'iperbole in molti servizi, è spesso il paravento che nasconde una mancata conoscenza del tema, verificabile dalla confusione terminologica.

Inoltre il rapporto evidenzia come il *media coverage* tenda a focalizzarsi sul numero di migranti in movimento; Jan Egeland, segretario generale del Consiglio norvegese per i rifugiati, nella sua prefazione allo studio, afferma come la sfida dei media non consista solo nella riscoperta dell'umanità o sia una questione di fortuna oppure riguardi il prendersi cura di alcune persone a scapito di altre nel creare l'ordine del giorno, ma come sia necessario disporre e utilizzare "lenti migliori" per vedere che cosa sta succedendo realmente.

In Europa la copertura mediatica è stata influenzata notevolmente dai discorsi dei vari leader politici, connotati da un mix di fanatismo e di panico (politici che aprirebbero le frontiere solo ai migranti cristiani, altri intenti a prevedere la costruzione di recinzioni) facendo raggiungere vette inaudite al sensazionalismo, supportate da forti immagini di violenza e torture.

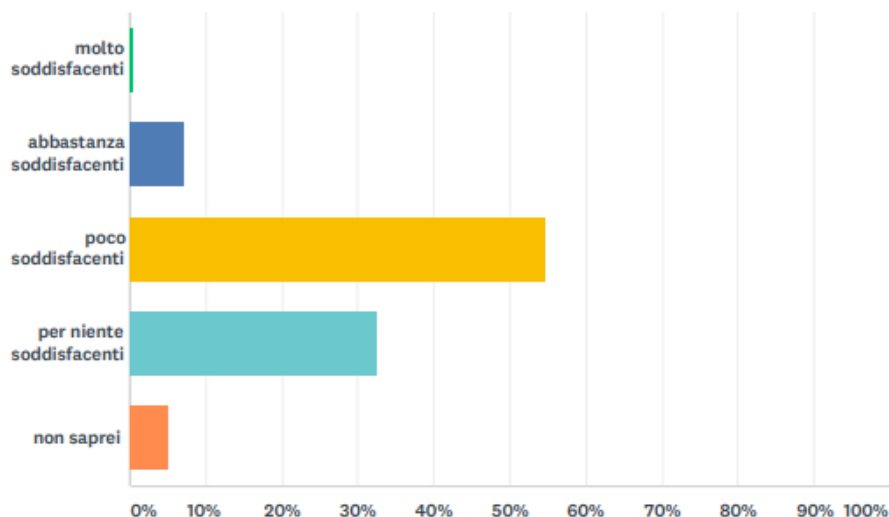
Questo è riscontrabile anche nei recenti mutamenti politici in paesi di riferimento per l'opinione pubblica, come la Brexit (Regno Unito) e la vittoria alle presidenziali americane di Donald Trump negli Stati Uniti, che hanno contribuito a un'ulteriore *escalation* propagandistica, trasformando migrazioni e terrorismo in un tema chiave per ogni campagna elettorale.

Per tali ragioni nella terza sezione del questionario sono state rivolte domande specifiche ai partecipanti all'indagine, come ad esempio: "Come consideri le modalità con cui le istituzioni europee hanno finora comunicato il fenomeno migratorio?" e "Cosa dovrebbero fare le istituzioni nazionali (Comuni, Regioni, Ministeri...) per affrontare il problema delle immigrazioni?"

In merito al primo quesito emerge un'evidente concordanza tra l'opinione degli studenti e quanto appena descritto sulla comunicazione giornalistica e istituzionale delle migrazioni.

Il 54,69% ritiene poco soddisfacente la comunicazione sul tema migratorio da parte delle istituzioni europee, il 32,73% per niente soddisfacente.

Fig.17- Come consideri le modalità con cui le istituzioni europee hanno finora comunicato il fenomeno migratorio?



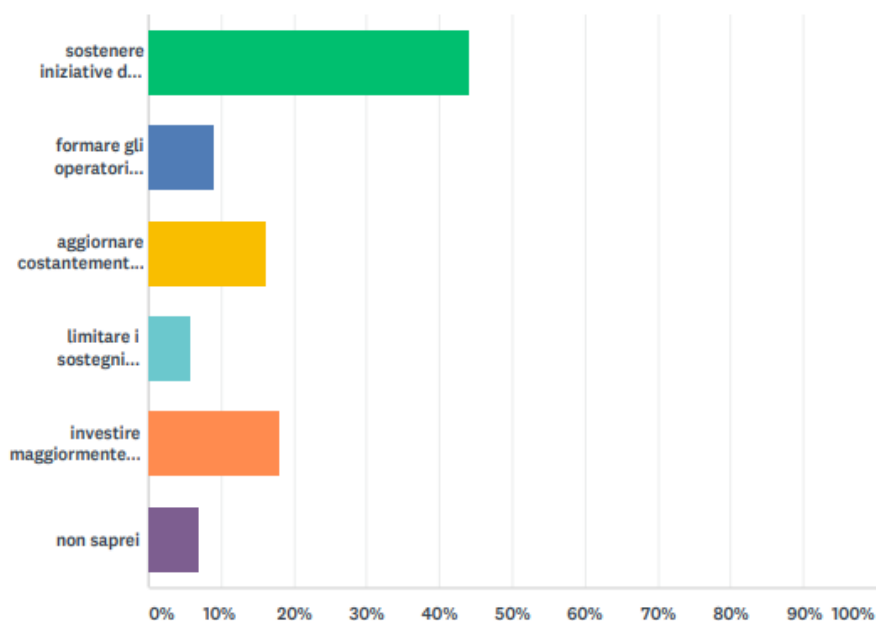
Fonte dati: 412

Successivamente è stato chiesto agli intervistati in che modo, secondo loro, tale problema di comunicazione potesse essere ridotto, proponendo loro una serie di interventi contrastanti di natura politico-sociale e comunicativa³⁸.

“Sostenere iniziative di comunicazione interculturale (ad es. attività di ricerca, *media education*...) è l’opzione che ha ricevuto più risposte (44,24%), il 16,19% ritiene invece sia più utile “aggiornare costantemente il cittadino sulle iniziative e i progetti realizzati e in corso di realizzazione”, mentre il 17,99% evidenzia come un maggiore investimento vada fatto a sostegno delle politiche sul sicurezza per un maggior controllo delle forze dell’ordine sul territorio.

³⁸ Le opzioni indicate erano: “sostenere iniziative di comunicazione interculturale”, “formare gli operatori pubblici, aggiornare costantemente il cittadino sulle iniziative e i progetti”, “limitare i sostegni economici destinati ai migranti e ai centri di accoglienza”, “investire maggiormente nel controllo delle frontiere e del territorio”.

Fig.18-Secondo te cosa dovrebbero fare le istituzioni (Comuni, Regioni, Ministeri...) per affrontare il problema delle immigrazioni?



Fonte dati: 412

La dimensione comunicativa sta alla base di qualsiasi discorso e politica pubblica relativi al fenomeno migratorio; un fenomeno che soprattutto negli ultimi anni ha lanciato una sfida importante all'Italia e all'Europa, quella legata alla costruzione di una comunicazione pubblica più inclusiva e di un'informazione più equilibrata.

Emerge sempre più urgentemente l'esigenza di sviluppare e definire meglio competenze comunicative in ambito giornalistico, sociale ed istituzionale al fine di intercettare i bisogni della popolazione immigrata e programmare/attuare politiche pubbliche basate sul rispetto e sulla valorizzazione della diversità: le scelte che vengono compiute in termini di comunicazione e di politiche per gli immigrati sono cruciali per costruire basi solide e favorire la reale integrazione sociale.

Cap. 6 Immigrazione e istituzioni locali. Il caso studio della Regione Marche ³⁹

Il sesto capitolo apre la seconda fase di lavoro, quella applicativa, che come descritto, ha preso in considerazione la realtà della Regione Marche, analizzando prima di tutto il rapporto tra soggetti migranti e istituzioni e le strategie di comunicazione adottate da quest'ultimi per costruire una comunicazione pubblica più inclusiva, mentre in seguito l'attenzione si è concentrata sull'uso sociale dei nuovi media da parte dei migranti per la costruzione di un nuovo capitale "sociale – digitale", evidenziando anche i rischi derivanti da un uso improprio della tecnologia e il tipo di supporto fornito in merito dalle istituzioni locali, nazionali ed internazionali.

La ricerca è stata condotta attraverso metodologie di tipo qualitativo e ha previsto, in un primo momento attraverso 15 interviste in profondità rivolte ai responsabili della comunicazione e delle politiche sociali, in un secondo momento attraverso 10 *focus group* rivolti ai migranti presenti nelle strutture d'accoglienza.

Oltre alle tematiche affrontate sulla rappresentazione mediatica, i mutamenti globali, culturali e - digitali, l'analisi del rapporto tra comunicazione e fenomeno migratorio portano a riflettere anche su un altro aspetto, spesso sottovalutato (o addirittura trascurato) e cioè su come le Pubbliche Amministrazioni possano realizzare al meglio iniziative di inclusione sociale e valorizzare gli aspetti di condivisione che emergono dall'incontro di culture differenti, ripensando l'integrazione come una condizione che è possibile raggiungere sia vivendo (nel)la differenza, sia migliorando la comunicazione a livello interpersonale per costruire quel legame di fiducia con il cittadino straniero.

La dimensione comunicativa, così come quella relazionale, costituisce l'essenza del rapporto tra comunità migranti e istituzioni e supporta senza dubbio politiche e processi di integrazione culturale. Il modo in cui di fatto avviene il processo di incorporazione delle persone immigrate in un contesto sociale (dall'inserimento abitativo fino all'accesso ai servizi, evitando ogni forma di discriminazione) è strettamente legato alla struttura della società ospitante e al funzionamento delle relative istituzioni (Zanfrini 2007; 2011).

Una sfida complessa, quella della crisi migratoria, che impone di ripensare la comunicazione istituzionale soprattutto in ambito locale, al fine di garantire nuove strategie di inclusione e partecipazione sociale che siano rispondenti ai diversificati fabbisogni informativi di cui si compone il territorio (Kymlicka 2012, Urry 2000).

³⁹ Parte dei risultati di questa ricerca sono stati pubblicati nella seguente rivista scientifica: Buoncompagni G., D'Ambrosi L. (2020), Promuovere l'integrazione culturale: le istituzioni e il fenomeno migratorio, in *Culture e Studi del Sociale*, Vol. 5 (2), pp 537-550.

A tal proposito la comunicazione pubblica ha lo scopo garantire modalità e spazi di relazione con i cittadini, valorizzando la cultura della diversità attraverso momenti di confronto e di scambio; gli scenari che caratterizzano oggi lo spazio pubblico, sempre più coabitato da pratiche discorsive e relazioni sociali multietniche, richiedono alle istituzioni europee e nazionali un ruolo più attivo nelle strategie comunicative di inclusione dei cittadini immigrati.

Non si tratta solo di creare dei collegamenti e delle basi comuni tra culture, comunità e popolazioni diverse, coinvolgendo e responsabilizzando le comunità locali (Koopmans, Statham, 2000, Rodríguez-Wangüemert, Torvisco, 2017, Koopmans, D'Ambrosi, 2019), ma di attivare processi e azioni di comunicazione pubblica che rendano la cittadinanza più consapevole, informata e plurale.

Gli scenari che caratterizzano oggi lo spazio pubblico, sempre più coabitato da pratiche discorsive e relazioni sociali multietniche, richiedono alle istituzioni europee e nazionali un ruolo più attivo nelle strategie comunicative di inclusione dei cittadini immigrati.

A questo aspetto si aggiunge il ruolo cruciale e strategico dei media nella produzione di discorsi pubblicamente rilevanti che siano effettivamente finalizzati a sostenere e sviluppare politiche di integrazione culturale e di cittadinanza (Petersson, Tyler 2008; Wessendorf, 2010; Musarò, Parmiggiani, 2014).

6.1 Dal globale al locale

Affrontare e analizzare il tema comunicazione in relazione al complesso fenomeno migratorio induce, come detto in precedenza, a riflettere su come le istituzioni possano realizzare al meglio iniziative di inclusione attraverso un confronto più efficace con i media locali.

L'integrazione, soprattutto in ambito territoriale, deve essere adeguatamente valorizzata perseguendo nuove strategie comunicative rispondenti ai diversificati fabbisogni informativi di cui si compone la comunità (Zanfrini 2011; Kymlicka 2012).

Si tratta più in generale di promuovere adeguate strategie di *governance* atte a definire una maggiore cooperazione con gli operatori della comunicazione per superare le narrazioni dicotomiche e stereotipate sul tema dei flussi migratori e garantire un'informazione di utilità sociale.

Ciò perseguendo un duplice obiettivo: da un lato, occorre facilitare i processi di integrazione dei cittadini stranieri, attraverso una più efficace comunicazione di servizio (Faccioli, 2000), dall'attività di sportello e accoglienza alle modalità di accesso ai servizi, fino alla realizzazione di

campagne di comunicazione per contrastare fenomeni di xenofobia o, più in generale, per promuovere il rispetto e il riconoscimento delle diversità (Ducci, 2012).

Dall'altro, occorre lavorare su una maggiore sinergia tra comunicazione autoprodotta ed eteroprodotta affinché le politiche locali possano modellare le narrazioni dei media offrendo ai giornalisti una cornice entro la quale rappresentare gli eventi connessi al fenomeno migratorio.

Allo stato attuale l'immigrazione viene rappresentata come emergenza e come problema da risolvere i cui protagonisti sono esclusivamente o vittime o criminali, causa di ordine pubblico, di insicurezza, oppure ostacolo per la convivenza civile delle comunità locali (Baraldi, 2003).

Numerose ricerche sul tema (Urry 2000; Massey, 2007; Petersson e Tyler 2008; Pogliano 2016; Binotto, Bruno, Lai 2016) hanno dimostrato come tutto questo avvenga principalmente attraverso tecniche e strumenti di racconto in cui viene presentato e commentato l'avvenimento centrale, spesso di cronaca, rinunciando però ad un'accurata descrizione dei fatti e la paura esistenziale dello sconosciuto viene alimentata dai media creando allarmismi e le preoccupazioni.

Emerge, tuttavia, una differenza nel modo in cui il fenomeno migratorio è raccontato dai media nazionali e locali.

Quest'ultimi costituiscono una risorsa indispensabile del sistema informativo e tendono ad offrire una rappresentazione maggiormente positiva degli immigrati e delle minoranze etniche.

In particolare, diversi autori (Massey, 2007, Belluati, 2011; Bennet *et al.*, 2011; Kymlicka 2012) hanno evidenziato come l'informazione locale possa essere più qualificata e attenta alla diversità e alle difficoltà dei soggetti immigrati rispetto a quella nazionale⁴⁰.

L'ambito locale rappresenta una dimensione fondamentale del pluralismo, specie in una società globalizzata in cui le identità locali, da un lato, assumono un nuovo, fondamentale ruolo di connettività sociale, dall'altro, rischiano di perdere attenzione e approfondimento dall'ecosistema dell'informazione nazionale e internazionale.

L'informazione locale è caratterizzata da proprie specificità (Agcom, 2018): la prossimità, immediatezza, identità e contestualizzazione costituiscono elementi essenziali della pluralità di culture, lingue, punti di vista, e, più in generale, della diversità che caratterizza le società contemporanee e che necessita di inclusione, anche mediale, e partecipazione attiva.

L'attenzione alla diversità etnica e culturale sembra in particolar modo correlata ad una presenza più attiva delle istituzioni decentrate e dei diversi attori sociali nella definizione di politiche di integrazione e di accoglienza (Pogliano, 2016).

⁴⁰ In particolare Pogliano (2016) e Grossi (1995) hanno focalizzato l'attenzione sul ruolo dei media locali nella regione Toscana ed Emilia Romagna, ponendo in luce come tali canali si siano mostrati più "sensibili" alla narrazione del fenomeno migratorio e all'espressione di giudizi morali relativi a questioni pubblicamente rilevanti.

Il contatto costante con il territorio, la cittadinanza e le istituzioni rendono meno rigida e frammentata la mediazione e la mediatizzazione nel momento in cui il migrante e la sua storia vengono rappresentati nei media.

In tale prospettiva la maggiore attenzione da parte degli organi di governo territoriali verso l'integrazione interculturale può rappresentare una opportunità fondamentale nell'adozione di mirate strategie comunicative finalizzate a informare il cittadino e a soddisfare le sue richieste utilizzando canali comunicativi che siano fruibili per tutti. Al contempo queste azioni possono sollecitare i media locali nel fornire un'informazione equilibrata, evitando la diffusione di pregiudizi, stereotipi e false rappresentazioni e, dall'altro, a farsi promotori di un dialogo reciproco tra culture diverse.

A partire da queste riflessioni in questo capitolo si intende riflettere sul rapporto tra istituzioni e media locali, ponendo attenzione alle strategie comunicative promosse dagli enti pubblici per favorire l'accoglienza e il maggiore coinvolgimento del soggetto immigrato nel territorio marchigiano.

6.2 La comunicazione di servizio per gli immigrati

Lo studio delle dinamiche socio-comunicative che caratterizzano la sfera pubblica e in particolare il modo con cui le istituzioni si rapportano con i cittadini, risulta fondamentale per cogliere quegli aspetti culturali e relazionali connessi al processo di integrazione degli stranieri e al livello di coesione sociale di un territorio. Si tratta più nello specifico di prestare attenzione alle modalità che gli apparati di governo utilizzano per veicolare direttamente l'informazione e alle ricadute che tali strategie possono avere nella copertura mediatica di una comunicazione di pubblica utilità.

Prendendo spunto da tali considerazioni, l'obiettivo nella seconda fase della ricerca è stato duplice: da una parte approfondire le strategie di comunicazione istituzionale oggi presenti in ambito locale per favorire l'inclusione del cittadino immigrato, dall'altro quello di individuare come le politiche locali possano coordinarsi con i media per favorire un'informazione qualificata.

Gli interrogativi da cui muove la ricerca sono stati diversi, che ruolo svolge la comunicazione pubblica sul tema del fenomeno migratorio, quali canali comunicativi online ed offline vengono utilizzati dalle istituzioni e come questi si coordinano queste iniziative con i media locali per favorire una comunicazione di utilità sociale.

A partire da una riflessione più generale sul ruolo significativo della comunicazione pubblica nelle azioni destinate a favorire l'inclusione dei migranti, questa parte della ricerca ha preso in esame il caso specifico della Regione Marche per individuarne strategie comunicative e pratiche partecipative.

La scelta di questo ambito territoriale dipende da diverse ragioni: in primo luogo si tratta di una regione che in passato ha conosciuto il fenomeno dell'emigrazione e si è sempre definita "plurale" per la sua significativa tradizione di accoglienza di ogni forma di fragilità umana e attenzione alla sfera "interculturale" in molti settori. Altro fattore importante riguarda la presenza di una quota significativa di soggetti immigrati: il numero degli stranieri residenti nel 2019 corrisponde a 136.936 (il 9,0% della popolazione regionale), con una significativa crescita degli stranieri residenti dal 2006. Non è da tralasciare, inoltre, il riconoscimento negli anni più recenti della figura dei mediatori culturali presso gli enti pubblici locali che nel tempo, oltre a svolgere l'attività di mediazione, hanno rappresentato un punto di riferimento fondamentale nella promozione del sostegno alla accoglienza e all'inclusione sociale.

Questa parte della ricerca è stata condotta attraverso interviste in profondità ai responsabili degli Uffici delle politiche sociali dei vari ambiti territoriali, con competenze in attività di informazione e comunicazione. Le istituzioni individuate sono state scelte in quanto enti capofila dei progetti di inclusione in corso o promotori di particolari iniziative promosse sul proprio territorio⁴¹.

Ispirandosi all'indice delle Città Interculturali (Indice ICC)⁴² che monitora la capacità di sviluppare politiche locali (quali politiche educative, politiche dei trasporti, politiche di scambio internazionali, etc.) in senso inclusivo, l'indagine prende a riferimento *le strategie di governance* avviate a livello locale riconducibili a due principali dimensioni di analisi (cfr. Tab. 6.1): la promozione della comunicazione di servizio per favorire l'accoglienza e l'integrazione del cittadino immigrato, la valorizzazione dell'informazione di utilità sociale sia attraverso i canali istituzionali che ricorrendo al supporto dei media locali.

⁴¹ La ricerca svolta nel secondo anno di dottorato di ricerca ha coinvolto la Regione Marche e i seguenti Comuni: Ancona, Osimo, Jesi, Pesaro e Macerata.

⁴² Tale azione promossa dalla rete italiana delle Città del Dialogo fa parte del *Programma Intercultural Cities (ICC)* del Consiglio d'Europa con lo scopo di condividere politiche, migliorare il dialogo interculturale e la partecipazione delle varie comunità alla vita delle città.

Tab. 6.1 Dimensioni di analisi e indicatori

<i>Dimensione</i>	<i>Indicatori</i>
Promozione della comunicazione di servizio	Impegno pubblico e ottica interculturale
	Sostegno a iniziative di comunicazione interculturale
Valorizzazione dell'informazione di utilità sociale	Utilizzo diretto dei canali istituzionali online e offline

Rispetto alla prima dimensione, finalizzata a facilitare l'accesso ai servizi e alle opportunità destinate agli stranieri, sono stati individuati quali indicatori principali di analisi l'impegno pubblico e l'ottica interculturale (es. adozione di specifiche *policies* per favorire l'accoglienza, formazione e aggiornamento degli operatori pubblici, potenziamento degli sportelli informativi e di accoglienza) nonché il sostegno a iniziative di comunicazione interculturale attraverso la promozione di esperienze partecipative alla vita della comunità (festival, incontri pubblici, attività culturali) e la collaborazione con altri soggetti del tessuto locale (associazioni, cooperative sociali, centri di accoglienza).

La seconda dimensione prende a riferimento alcune iniziative di utilità sociale volte a potenziare l'informazione nell'ambito delle azioni destinate a sensibilizzare la cittadinanza e a divulgare contenuti utili per i cittadini immigrati.

Nello specifico, l'analisi prende a riferimento due indicatori principali: l'utilizzo integrato e coordinato dei canali istituzionali nella gestione dell'informazione e il rapporto con i media locali nella coerenza e divulgazione di messaggi di pubblica utilità, così come nell'adesione a specifiche linee editoriali che privilegino un uso corretto di termini non discriminatori.

Tale dimensione considera, inoltre, quell'ambito definibile come giornalismo sociale (Sarti, 2007, Moore et al., 2017) che grazie al ruolo svolto anche da associazioni, operatori dei media, professioni della comunicazione, si occupa di rilevanti problematiche sociali denunciando al contempo disservizi e abusi e rilevandosi uno strumento fondamentale a sostegno dell'efficacia delle politiche pubbliche (Peruzzi, 2012).

6.3 Politiche di comunicazione e istituzioni

Affrontare e analizzare il tema della comunicazione di servizio in relazione al complesso fenomeno migratorio induce necessariamente a riflettere sul ruolo significativo della Pubblica Amministrazione nella definizione di iniziative di inclusione e accoglienza dello straniero.

Considerando il caso specifico della Regione Marche è opportuno valutare la rilevanza che tale aspetto ha avuto in ambito istituzionale in termini di impegno pubblico e di ottica interculturale nell'attuazione di politiche inclusive e di cittadinanza.

Un primo passaggio fondamentale è stata l'approvazione del "Protocollo d'intesa regionale sulla comunicazione e l'educazione interculturale" di durata triennale, a cui hanno aderito numerose organizzazioni esperte nel settore dei media e della comunicazione, con lo scopo principale di favorire l'integrazione culturale garantendo pari opportunità a tutti, ma anche di promuovere un sentimento adeguato di solidarietà e di dialogo interculturale.

La svolta, in termini di comunicazione, si è avuta a partire dal 2016 con il Progetto PRIMM "Piano Regionale Integrazione Migranti Marche"⁴³, con l'obiettivo di innovare e rafforzare i modelli di *governance* regionale, coinvolgendo non soltanto il livello istituzionale, ma anche la più vasta rete di relazioni ed attori del territorio.

Perseguendo tali finalità sono state promosse quattro azioni principali di sostegno a iniziative di comunicazione interculturale: qualificazione del sistema scolastico in contesti multiculturali, anche attraverso azioni di contrasto alla dispersione scolastica, promozione dell'accesso ai servizi per l'integrazione, realizzazione di servizi di informazione qualificata, valorizzazione della partecipazione attiva dei migranti alla vita economica, sociale e culturale.

Tali linee programmatiche si sono ispirate ad un nuovo modello di welfare capace di coniugare il tema dell'integrazione con quello dell'integrazione sociale, coinvolgendo insieme la Pubblica Amministrazione, le organizzazioni del terzo settore, i cittadini e la comunità locale⁴⁴.

Ciò con la duplice finalità: -garantire professionalità e competenze adeguate da parte degli addetti al settore e degli operatori sociali, connesse al potenziamento dei servizi pubblici e all'attivazione di reti per rilevare i bisogni dei cittadini stranieri; - promuovere opportunità di dialogo e confronto per rafforzare il senso di comunità e garantire un'informazione più diretta attraverso i canali regionali.

Tali obiettivi sono stati supportati dalla realizzazione di un sito dedicato al settore immigrazione (www.migrantimarche.eu) quale canale di accesso principale ad un patrimonio di informazioni sui diritti, doveri e opportunità per i cittadini dei Paesi terzi.

⁴³ Il progetto, finanziato dal "Fondo asilo migrazione e integrazione 2014-2020" (Fami)" è uno strumento finanziario istituito con Regolamento UE n. 516/2014 con l'obiettivo di promuovere una gestione integrata dei flussi migratori sostenendo tutti gli aspetti del fenomeno: asilo, integrazione e rimpatrio.

⁴⁴ Un esempio interessante riguarda il progetto Fami E-Quality - Qualità nei servizi e parità d'accesso successivamente aggiornato dal progetto "WIFI" – Welfare Interculturale Formazione e Integrazione – finanziato dal Fondo Asilo, Migrazione e Integrazione 2014-2020 con l'obiettivo di offrire una maggiore qualità nei servizi e parità di accesso per i cittadini stranieri.

Uno strumento progettato per valorizzare l'informazione nella prospettiva dell'interculturalità, con la finalità di alimentare la partecipazione dei diversi attori e di accompagnare la transazione “dal dato diffuso alla conoscenza condivisa⁴⁵”.

Come riportato da un intervistato:

“..l'idea di creare la sezione “uno sguardo sul mondo” è sicuramente innovativa e mostra lo stato di interconnessione in cui viviamo oggi (...) PRIMM è stata la vera novità in termini di comunicazione per la Regione Marche, in quanto ha permesso la costruzione di un canale comunicativo diretto e concreto con la popolazione immigrata” (Interv. 1).

Tuttavia come evidenziato anche dalla ricerca, la mancanza di adeguate competenze digitali connessa a difficoltà linguistiche e culturali che spesso gli immigrati hanno nella comprensione dei contenuti divulgati, non ha consentito un efficace utilizzo della piattaforma.

Tale aspetto è più stato più volte ribadito dagli operatori come un elemento critico da considerare per garantire un'informazione completa e efficace.

Un responsabile dell'Ufficio delle politiche sociali sostiene:

“Questa è una grande lacuna che si estende anche all'utilizzo di altri media. La persona immigrata è inserita nei programmi di studio della nostra lingua ma riscontra grande difficoltà nella lettura delle *news* e dei bandi, ad esempio. Si consideri che molti sono analfabeti della loro stessa lingua” (Interv. 4).

Inoltre è da considerare che non vi è un uso coordinato e integrato dei canali istituzionali nella gestione dell'informazione rivolta all'esterno.

La comunicazione istituzionale si presenta piuttosto frammentata e confusa a causa del passaggio continuo delle informazioni da un organismo istituzionale all'altro. L'informazione destinata al cittadino straniero viene spesso inserita all'interno di pagine o sezioni di siti istituzionali (con dicitura “Politiche sociali” o “Immigrazione”, ad esempio), mentre sembra mancare uno spazio di gestione autonoma della comunicazione prevalentemente rivolta al cittadino immigrato, con sezioni inerenti procedure amministrative – burocratiche o attività di interesse sociale e culturale.

In questo modo i contenuti più specifici rimangono difficili da rintracciare per un utente.

Come emerso dalle interviste, tale ostacolo è attribuibile all'aggiornamento delle competenze degli operatori pubblici sulle tematiche migratorie.

⁴⁵ Piano Regionale Integrazione Migranti Marche - PRIMM.

Chi opera nella comunicazione si trova a gestire molteplici tematiche (sanità, cultura, ambiente ecc..) lavorando principalmente sulla struttura e gli elementi estetici dei contenuti con una grande difficoltà ad aggiornare in maniera costante tutta l'informazione online – offline e a distribuirla in maniera equilibrata.

Il rischio, come sostengono alcuni, è quello di costruire una comunicazione priva di “senso istituzionale”.

Come ribadito anche da uno dei responsabili delle Uffici delle politiche locali occorre investire maggiormente su una comunicazione coordinata e completa, coerente nei contenuti e nell'utilizzo strategico e “logico” dei nuovi media attraverso un lavoro d'equipe all'interno degli Uffici.

“La comunicazione pubblica risulta piuttosto frammentata perché prevede troppi passaggi (...). Gli uffici dei servizi sociali raramente hanno un sito o uno spazio informativo autonomo, spesso si appoggiano al sito regionale o comunale. Tutta l'informazione sul tema immigrazione viene inserita da addetti stampa che collaborano con Presidente regionale o sindaco di un territorio specifico all'interno di Sezioni che non riguardano solo le politiche sociali. Il rischio è che si crei un sovraccarico informativo e il cittadino straniero non sia in grado di rintracciare ciò che gli serve” (Interv.7).

In particolare si evidenzia la necessità di potenziare la comunicazione diretta, per creare una relazione di fiducia e duratura con la persona straniera inserita nel territorio comunale.

Molte delle richieste espresse dai cittadini stranieri sulla modulistica da compilare o sulle complesse procedure da seguire come permessi di soggiorno o ricongiungimento familiare, sono percorsi che si attivano attraverso l'utilizzo di canali diretti con gli operatori pubblici.

Come riferiscono i responsabili della comunicazione e degli uffici politiche sociali i cittadini stranieri necessitano di un contatto costante con i referenti istituzionali non solo per risolvere specifiche richieste amministrative, ma anche per rapportarsi con la comunità locale.

Per questo a livello regionale e comunale sono stati recentemente rafforzati i servizi di ascolto e accoglienza all'interno dei vari sportelli o centri servizi per l'integrazione sociale.

Connesso a quest'aspetto vi è quello della formazione.

I risultati apportati dai progetti sono apprezzabili in termini di formazione del singolo, sia se rivolti all'integrazione della persona immigrata, sia se diretti alla formazione specialistica degli operatori che operano nell'accoglienza.

Le stesse scuole o sedi di formazione sono diventati per gli immigrati luoghi per recuperare la propria identità e dignità e al contempo gli insegnanti costituiscono riferimenti essenziali con cui confrontarsi quotidianamente.

Come suggerito da uno dei responsabili durante l'intervista:

“Queste iniziative formative aiutano gli stranieri a superare quello shock culturale iniziale e a ritrovare una condizione di serenità utile per proseguire il proprio percorso di integrazione (...) Il contatto con gli operatori, una comunicazione meno mediata possibile e la formazione sono strumenti strategici utili per noi e per loro in quanto alimentano una relazione di fiducia e di cooperazione” (Interv.11).

Risulta tuttavia opportuno considerare che la partecipazione degli immigrati non è sempre così alta per la difficoltà di prevedere specifici interventi formativi ad *hoc* in base alle tipologie di utenza.

In questi casi la presenza e l'intervento di molte associazioni culturali, centri di accoglienza, cooperative sociali, possono fornire un notevole supporto agli stessi operatori sociali e alle istituzioni in quanto agevolano la creazione di “reti di solidarietà” riconosciute come fondamentali per la costruzione di un sistema di welfare societario (Donati, 2005).

Il rischio tuttavia, come sostengono alcuni intervistati, è quello di non aprirsi con sufficienza “all'esterno”.

In questo senso diversi sono stati i percorsi partecipativi realizzati nelle varie realtà comunali, con l'obiettivo di coinvolgere tutti i soggetti interessati in modo inclusivo.

“L'aperitivo a colori” e la “Biblioteca vivente”, nate come occasioni di incontro tra comunità locali e cittadini stranieri per condividere cibi tipici, musica etnica e letture autobiografiche, ne sono un chiaro esempio.

Altresì l'avvio di specifici percorsi formativi, come ad esempio l'iniziativa “club linguistici”, rivolta soprattutto a pubblici come minori e donne vittime di tratta, ha rappresentato un'opportunità utile non solo di formazione linguistica-culturale, ma anche di incontro e di confronto.

Sebbene alcune di queste iniziative abbiano avuto un riscontro positivo in termini partecipativi, la durata limitata connessa alla disponibilità dei fondi progettuali e alla carenza di personale non ha permesso di valorizzare meglio una programmazione più strutturata e di ampio respiro.

In alcuni casi, la sospensione di percorsi di integrazione già avviati ha rischiato di non lasciare traccia sul territorio costringendo le stesse istituzioni a ri-costruire l'intero piano di comunicazione e delle politiche sociali.

Come sostenuto in un'intervista:

“I progetti permettono di lavorare con la comunità migrante del territorio, ma il tempo per costruire fiducia e la vera integrazione con il resto della cittadinanza, oltre che con le istituzioni locali, è poco ed è sempre vincolato alla quantità di fondi presenti” (Interv. 3).

6.4 *Il rapporto con i media locali*

Un ambito specifico della ricerca ha riguardato la valorizzazione dell'informazione rivolta ai cittadini stranieri attraverso il supporto dei mezzi di comunicazione.

Diversi sono gli interventi e i progetti avviati a livello regionale che hanno avuto importanti ricadute nella definizione di *policies* più integrate di accoglienza sul territorio in sinergia con operatori sociali, mediatori e associazioni di cittadinanza.

Tuttavia si nota la necessità da parte delle istituzioni coinvolte nella ricerca di innestare un circuito virtuoso dell'informazione (auto ed eteroprodotta) con importanti ricadute nei media locali e negli spazi informativi online.

Considerando quest'aspetto emerge anche in ambito regionale una difficoltà nel favorire un'informazione di qualità sul tema dell'immigrazione che sia in linea con i principi contenuti nel protocollo deontologico della Carta di Roma.

Nonostante la presenza fondamentale e l'utilizzo strategico degli spazi mediali - istituzionali, gli uffici stampa degli enti pubblici appaiono spesso come strutture di informazione di natura auto-celebrativa e propagandistica (Rovinetti, 2010) incapaci di cogliere “le necessità informative espresse dai segmenti minoritari della popolazione regionale” (Tamburini, 2017, p. 11).

Come sottolineato più volte nella ricerca, la scarsa rilevanza che i temi legati all'immigrazione e alle politiche di integrazione assumono nella valorizzazione di una comunicazione di utilità sociale, rischiano di spostare il dibattito pubblico verso altre questioni ritenute più rilevanti o di alimentare un'informazione non sempre corretta e consapevole.

Sostiene un intervistato:

“L'ufficio stampa della Regione non sempre riesce a dare il giusto spazio alle notizie suggerite dall'Ufficio Politiche Sociali e dunque a quelle sull'immigrazione. La quantità di contenuti a disposizione, la velocità di circolazione e pubblicazione delle notizie sono i principali ostacoli. Questioni politiche più scottanti come tasse, sanità, terremoto ecc. rischiano di occupare (quasi) totalmente lo spazio informativo regionale quotidiano. (..)” (Interv. 1).

Tuttavia la ricerca pone in rilievo la capacità delle istituzioni di dialogare più efficacemente con i media locali al fine di incoraggiare la copertura mediatica su contenuti e iniziative di sensibilizzazione sul tema del fenomeno migratorio.

Tale azione appare più efficace quando diviene possibile instaurare sinergie con i principali *stakeholder* (giornalisti, associazioni, istituzioni educative) per costruire un tessuto di solidarietà sociale con una serie diversificata di percorsi di integrazione che vanno ad incidere anche nell'ambito del giornalismo sociale.

Un esempio significativo al riguardo è il progetto “No Discrimination Marche (No. Di)”, finanziato sui fondi FAMI 2016/2018, la cui Rete Regionale composta da soggetti pubblici e privati è rivolta a prevenire, segnalare e rimuovere le discriminazioni rivolte ai cittadini stranieri immigrati, attraverso lo scambio di idee e soluzioni efficaci.

Tra le diverse azioni il progetto ha previsto la realizzazione di una campagna di comunicazione sociale rivolta a sensibilizzare tutti i cittadini sul tema delle discriminazioni e a far conoscere ai cittadini stranieri residenti la rete territoriale NO. DI. Il monitoraggio della campagna è stato realizzato considerando il modo in cui i media locali si sono rapportati con le istituzioni nella divulgazione dell'iniziativa e nell'utilizzo di uno stile narrativo congruente con le linee guida indicate nel progetto.

In particolare è emerso il ruolo propositivo della stampa locale di rilanciare la notizia perseguendo una finalità prevalentemente di utilità sociale.

Diverse sono state le testate locali che hanno promosso l'iniziativa favorendo spazi di confronto e azioni di sensibilizzazione sul tema, coinvolgendo cittadini- utenti, associazioni ed enti locali anche all'interno dei propri spazi presenti in Rete.

Come riportato da alcuni intervistati:

“L'aspetto tecnologico e il supporto dell'informazione locale è stato prezioso e strategico. La campagna di comunicazione è stata rilanciata sui social network e sulla stampa anche tramite diversi media partner” (Interv. 12).

“Molti giornalisti hanno ripreso la notizia della campagna almeno una o due volte alla settimana, a volte anche rilanciandola sui propri spazi privati di comunicazione, e ospitando interviste sull'attività svolta sia da esperti che da soggetti istituzionali che avevano partecipato al progetto. Il messaggio principale sembra essere arrivato ai nostri cittadini e questo sarebbe stato impossibile senza l'attenzione dei principali media locali” (Inter. 8)

Perseguendo la finalità di ripensare a nuova etica narrativa dell'immigrazione, un'altra interessante iniziativa istituzionale promossa a livello sociale è stata il progetto "Le Marche plurali e accoglienti".

L'iniziativa, nata con lo scopo di de-costruire quei luoghi comuni sui migranti che li vede continuamente etichettati dai media, si è posta come occasione di riflessione ulteriore sul tema dell'informazione giornalistica. In particolare, il progetto ha proposto forme di contro-narrazione per privilegiare un'informazione più accurata e consapevole.

Come riportato da un responsabile dell'Ufficio delle politiche sociali:

"Il tema della diversità e dell'intercultura è stato centrale anche in questa iniziativa di comunicazione. Chi fa informazione, così come chi lavora negli uffici della PA a contatto con le persone immigrate, dovrebbero essere in grado di utilizzare un linguaggio corretto da un punto di vista giuridico nel rispetto della persona di cui si parla o che si trova di fronte, garantendo sempre i suoi diritti (Interv.5).

Gli esempi riportati evidenziano una gestione positiva e coordinata dell'informazione, in cui i media non sono semplici portatori di una comunicazione di utilità sociale, ma si attivano concretamente nell'elaborazione del proprio stile narrativo per promuovere un'informazione orientata alla prevenzione delle discriminazioni e al giornalismo sociale.

Si tratta certamente di una finalità non semplice da raggiungere e che richiede agli apparati di governo locali di promuovere le relazioni interculturali attivando processi di adattamento e apprendimento anche attraverso i propri canali istituzionali online per arrivare più efficacemente ai cittadini stranieri immigrati.

Rispetto a tale questione i Centri Servizi Immigrati così come gli Uffici Stampa dei Comuni raramente aggiornano la pagina istituzionale online sulle loro politiche e iniziative di accoglienza; il supporto arriva spesso dai media locali, ma vi è comunque il rischio che alcune informazioni vengano comunicate tardivamente alla cittadinanza o che addirittura "quest'ultima venga a conoscenza di fatti a seguito di eventi già avvenuti" (Interv.13).

Occorre, inoltre considerare come non sia solo la condizione di interconnessione offerta dai nuovi media ad avvicinare la popolazione immigrata agli enti locali e a creare spazi di condivisione, ma la cultura di ogni singola comunità straniera e le condizioni socio-anagrafiche della persona immigrata a incidere su un uso più funzionale di questi canali.

Al riguardo un intervistato evidenzia la difficoltà di arrivare più direttamente ai cittadini immigrati:

“Nel caso del progetto E-quality, ad esempio, attivammo dei canali diretti gratuiti *Skype* e *WhatsApp* con gli Uffici politiche sociali per facilitare la richiesta di informazioni su modulistica, eventi e info generali, ma non ebbero molto successo. Il nostro operatore-mediatore, che gestiva le piattaforme raccolse nel suo elenco una quindicina massimo di nominativi, non di più (...). Lo stesso vale per le pagine Facebook. Pochissima l’interazione, la lettura e la condivisione dei contenuti online, anche quelli strettamente legati alla loro condizione di migranti (...) (Interv.9).

In generale l’interazione costante con gli operatori e i mediatori culturali rimane per il migrante il mezzo più importante per sentirsi parte attiva della comunità e orientarsi alla vita partecipativa della comunità locale.

Tuttavia molti addetti ai lavori ritengono che sia utile elaborare strategie di comunicazione che sfruttino le dinamiche del web per sostenere iniziative di comunicazione interculturale e promuovere l’inclusione dei cittadini stranieri nel territorio.

Il digitale, affermano alcuni di loro, rappresenta un canale fondamentale su cui investire per costruire relazioni tra comunità migrante ed istituzioni locali, con importanti ricadute in una più consapevole rappresentazione mediatica del fenomeno migratorio.

6.5 La dimensione “polifonica” dei media

Lo studio presentato in questo capitolo pone in evidenza la necessità di valorizzare la comunicazione istituzionale sui temi dell’immigrazione in sinergia con il sistema media e la comunità locale.

Ciò che emerge dalle interviste è soprattutto la difficoltà delle istituzioni nella gestione quell’insieme di attività destinate ai cittadini stranieri con il fine di informare e facilitare la fruizione dei servizi pubblici.

La comunicazione di servizio per e su gli immigrati è spesso ostacolata da iter farraginosi di gestione delle pratiche amministrative, difficoltà connesse all’attività di accoglienza e frammentarietà della comunicazione istituzionale.

Al contempo si evidenziano nuovi modelli di *governance* regionale che coinvolgono non solo il livello istituzionale, ma anche la più vasta rete di relazioni e di attori del territorio, con l’obiettivo di sensibilizzare la comunità locale e promuovere la partecipazione attiva dei cittadini immigrati. Queste azioni sembrano proporre esiti positivi se valorizzate e coordinate in sinergia con i media e

l'informazione territoriale; un'azione strategica che si presenta come necessità impellente per ogni istituzione (Faccioli, 2000).

La stessa idea di "cura" del processo comunicativo - relazionale, intesa come capacità di valutare le conseguenze della propria comunicazione (Silverstone, 2009), favorisce una maggiore coesione e condivisione delle scelte amministrative, così come un'offerta più ampia di servizi di qualità ai cittadini stranieri di varia provenienza.

Per Rodriguez (2001) i media comunitari (o *citizen media*) possono sostenere la produzione culturale locale e il patrimonio locale, così come migliorare la partecipazione sociale e politica di singole comunità, nella propria lingua e alle loro condizioni.

I media comunitari non si limitano solo a consentire l'accesso allo spazio pubblico, ma alla vita delle comunità locali.

Le piccole radio, i quotidiani e le loro pagine online producono e mantengono una maggiore "sensibilità locale-interculturale" (Hamilton, 2002), per questo, a differenza dei media nazionali, sono da considerarsi strumenti che permettono alle comunità di raccontarsi e modellare la propria identità confrontandosi su questioni politiche, economiche, culturali rilevanti per loro quotidianità.

In questa prospettiva il ruolo dell'informazione locale deve essere quello di fare sintesi tra le politiche interculturali e d'integrazione proposte dagli enti pubblici e la corretta rappresentazione del soggetto migrante iniziando dal territorio, andando oltre le logiche medialità nazionali basate su velocità e spettacolarizzazione dell'evento, concentrandosi sugli aspetti positivi e costruttivi di un giornalismo interculturale e sociale.

L'informazione ha il compito di promuovere le relazioni multietniche che coinvolgono, sottolinea Garcea (1996), diverse visioni del mondo, spesso opposte tra loro, ma che incoraggiano processi di adattamento e apprendimento, azione e collaborazione e si prefiggono di trovare una soluzione integrata, senza limitarsi a registrare la presenza di persone di differente cultura nella comunità.

In questo senso si potrebbe parlare di dimensione "polifonica" dell'informazione (Silverstone, 2009) dove le voci di minoranza che la compongono vengono finalmente ascoltate e comprese dagli autoctoni e dalle istituzioni, il cui fine è quello promuovere una comunicazione di servizio e di utilità sociale.

Con le nuove tecnologie le immagini e la voce dell'Altro diventano una presenza/assenza regolare nei dossier di approfondimento, nella pubblicità, nei reportage di crisi e catastrofi e il compito delle istituzioni è proprio quello di favorire il sostegno a iniziative di comunicazione interculturale.

Solo un'adeguata attenzione a percorsi mirati di inclusione e integrazione può aiutare a far prendere coscienza di una significativa rivoluzione comunicativa nello scenario mediale e a far riflettere sul fatto che i migranti non utilizzano passivamente i media, ma hanno cominciato da tempo a percorrere la strada dell'autoproduzione di contenuti e di messaggi.

Gradualmente gli immigrati si stanno trasformando da semplice oggetto della comunicazione a soggetti attivi, o meglio ancora, divengono fonte di comunicazione (Morcellini, 2011) ed espressione diretta delle notizie e dei problemi che li riguardano.

La stampa etnica e locale è dunque un settore che sempre più si va strutturando e consolidando, sopperendo spesso con la voglia di esserci e con la passione dei suoi pionieri alle difficoltà organizzative, editoriali ed economiche che ne stanno accompagnando le diverse esperienze.

Si tratta, dunque, di sviluppare/ripensare un modello di informazione istituzionale e interculturale che sia adeguatamente sostenuto dai media locali allo scopo di gestire la crescente diversità nella società e promuovere l'inclusione sociale. Un tipo di narrazione alternativa da intendersi come facilitatore dei processi di comunicazione che richieda alle istituzioni locali un rapporto più sinergico e operativo con i media per valorizzare il pluralismo culturale e informativo ma soprattutto la promozione di una comunicazione di servizio.

La relazione fra cittadini di paesi terzi e società ospitante si basa sulla capacità di quest'ultima di garantire ai migranti modalità di partecipazione alla vita sociale, culturale ed economica di un paese, ma questo "patto di reciprocità" prevede però che dall'altra parte gli stessi immigrati partecipino attivamente al processo di integrazione, rispettando valori e norme della cultura ospitante, senza rinunciare alla propria identità.

Verrebbe così a definirsi un nuovo ambiente comunicativo - mediale dove è possibile attingere a risorse identitarie specifiche che favoriscano l'interazione di esperienze culturali differenti e creino forme inedite di racconto della diversità e dell'alterità.

Diviene fondamentale a questo punto percepire i media (a partire da quelli locali) sia come formazione basilare della società multiculturale, impressa nella nostra umanità e capace di influire in maniera incisiva su di essa, sia come strategie di resistenza ai fenomeni di marginalizzazione comunicativa, culturale e sociale degli immigrati (La Rocca, 2015).

Le fondamenta della società umana, infatti, poggiano sull'elaborazione delle informazioni, sulla comunicazione e sul controllo.

Cap. 7 Social media e *network migratorio* nel territorio marchigiano

In quest'ultima parte della ricerca applicativa, ispirandosi alla letteratura sul tema (Achotegui, 2011; Dekker, Engbersen 2012; Cheesman 2016; Connor 2017), mediante la realizzazione di interviste focalizzate di gruppo, si è proceduto ad analizzare in maniera più dettagliata il rapporto tra *network migratorio* e l'utilizzo di specifici social media da parte degli immigrati per comprendere quanto le nuove tecnologie stiano diventando "linguaggi" attraverso cui negoziare significati interculturali e favorire l'inclusione sociale, da un lato, garantendo e costruendo vecchi e nuovi legami sociali nel paese d'origine e in quello ospitante e dall'altro sviluppando forme di cooperazione e di integrazione "sociale - digitale" supportate dai soggetti istituzionali.

7.1 Migranti digitali

In un nuovo ambiente culturale comunicativo fatto di scambi, di modelli frammentati e alternativi che debbono la loro originalità ad un "nuovo ordine" mediatico - culturale e socio-economico (Appadurai, 2005), è possibile individuare due spinte opposte che configgono costantemente: la tendenza al pensiero unico, che si traduce in politiche tipicamente assimilazioniste nei confronti di altre culture (*global*) e la tendenza alla particolarizzazione (*local*) che va ad accentuare le differenze culturali e identitarie. La prima cerca di assorbire e annullare le distanze multiculturali, la seconda si difende rafforzando la regionalizzazione dei contenuti culturali.

Come accennato nei capitoli introduttivi i mezzi elettronici di comunicazione di massa hanno radicalmente mutato il settore dei mass media e degli altri mezzi, offrendo nuove risorse e nuove discipline per la costruzione di "mondi immaginati" (Appadurai, 2001); la "mediazione" (qui intesa come comunicazione mediatica o veicolata da mezzi di comunicazione di massa) ha trasformato il discorso quotidiano politico, economico, sociale pur mantenendo inizialmente il senso di distanza tra evento e osservatore, configurandosi come importante risorsa per la sperimentazione di costruzioni del sé in tutti i tipi di società e per l'immaginazione del sé come progetto sociale quotidiano.

Parallelamente a questa evoluzione dei processi di comunicazione, un mutamento è riscontrabile anche per quanto riguarda il fenomeno della mobilità umana, in modo particolare l'ambito delle migrazioni, siano esse forzose o volontarie, che si affiancano sempre di più al fluire delle immagini mass-mediatiche e degli effetti cognitivi - emozionali da queste create.

Contenuti pubblici mediali e soggetti migranti sono contemporaneamente in movimento, si incrociano in modo imprevedibile ed è questa inedita forma di connessione che definisce il legame tra globalizzazione e il moderno: la circolazione delle persone e la mediazione elettronica mutano lo scenario globale in quanto forze tecnicamente nuove che sembrano spingere l'opera di immaginazione.

La trasformazione delle soggettività quotidiane diviene a tutti gli effetti un "fatto culturale", l'immaginazione nel mondo post-elettronico gioca un ruolo significativo per tre ragioni principali (Appadurai 2001; 2005):

1. è oggi normale l'idea di vivere e lavorare in posti diversi da quelli in cui si è nati e questa idea è accompagnata da un "diritto", quello di poter immaginare nuovi modi di vita. La differenza tra la migrazione odierna e quella del passato sta nel ruolo decisivo delle immagini e delle narrazioni che passano attraverso la media-azione di massa nelle sue forme funzionali o realistiche. L'immaginario mass mediatico, superando i confini nazionali, influenza l'impulso a muoversi verso ambienti differenti e l'adattamento all'interno di questi e l'uso massiccio dei media producono indubbiamente "azione";

2. distinguere fantasia e immaginazione diventa un dovere in un mondo connesso. Mentre la prima si configura come un pensiero separato da progetti e azioni, basato su una logica autoreferenziale, in grado di portare all'indifferenza, l'immaginazione si accompagna a un senso di proiezione, crea idee di vicinato e di nazione, di prospettive lavorative all'estero e di economie morali;

3. altra fondamentale distinzione riguarda quella tra senso individuale e collettivo. L'immaginazione è una priorità delle collettività e la fruizione collettiva dei contenuti mediali, video e film in particolare, creano sodalizi di culto e carisma, "comunità di sentimento"; capitalismo, e stampa, in particolare, sono media fondamentali per quei gruppi di persone che non hanno mai interagito faccia a faccia e possono iniziare ad arricchire la loro identità culturale.

Questa nuova proposta/visione interpretativa della complessità contemporanea e dei flussi globali, focalizza l'attenzione sui processi di accelerazione e comunicazione e sulla potenza della connettività che fonde la circolazione delle persone con quella dei contenuti mediali e culturali.

All'interno di quadro descritto si configura un "nuovo" migrante, un soggetto de-territorializzato che va a costruirsi identità etniche non autentiche, ma in grado ora di costruire progetti di vita multiformi e contingenti, adatti alle interazioni che caratterizzano la contemporaneità, utili dunque per abitare il mondo attuale e adattarsi ad esso.

Jedlowski (1995) nella prefazione alla *Metropoli e la vita dello spirito* di Georg Simmel, definisce la metropoli come la “quinta essenza della modernità”.

Potremmo dunque definire i nuovi migranti la “quinta essenza della modernità globalizzata e mediatizzata”, o meglio ancora, come “migranti digitali” (*cyber-migrants*)⁴⁶, soggetti cioè sradicati dai luoghi in cui hanno avuto origine e che trovano nello spazio pubblico - mediale la possibilità di mantenere vive le loro identità, relazioni e tradizioni culturali, di mostrare al mondo le condizioni sociali, politiche ed economiche in cui versano i loro paesi d’origine e far sentire le loro voci attraverso nuovi ambienti informativi in rete.

Il processo del migrare, dipendente dalle interconnessioni internazionali e dai contenuti simbolici mediali, vede ora un nuovo protagonista, un nuovo soggetto sociale, nomade, cosmopolita, in grado di ri-definirsi, oltrepassando le barriere geografiche e culturali, supportato dalla potenza dei media elettronici e digitali, in grado di immaginare il futuro e immaginarsi all’interno degli ambienti offline e online.

I migranti digitali creano e riproducono relazioni sociali multiforme, connettendo società d’origine e d’insediamento in una sorta di “terzo spazio”, quello digitale (*network*), che offre loro non solo l’occasione di superare le barriere geografiche, politiche e culturali, ma di sviluppare relazioni multiple (familiari, economiche, culturali) in un ambiente che incorpora la differenza come costitutiva dell’identità⁴⁷.

Si attiva così una media-azione tra due mondi gestita dal migrante stesso che da un lato, si sente a casa là dove c’è la sua famiglia, dall’altro ricrea continuamente una serie di riferimenti all’interno del paese ospitante attraverso oggetti, pratiche e tecnologie della memoria.

La coscienza della diaspora implica, da parte dell’attore sociale, il riconoscimento di appartenere anche a un luogo di origine differente da quello di residenza, la sopravvivenza alla diaspora è condizionata dalla sua capacità di conquistare due tipi di autonomia: mantenere la sua superficialità nei confronti della società ospite e prendere le distanze dalla società di origine per poter scegliere le proprie strategie di integrazione, o meglio, i propri criteri di identificazione e di socializzazione (Saint Blancat, 1995).

⁴⁶ Il concetto di *Cyber Migration* è stato sviluppato all’interno della seguente voce enciclopedica: Buoncompagni G. (2020), *Cybermigration*, in *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Sociology*, G. Ritzer (ed.) .

⁴⁷ Secondo de Kerchove (2001) l’individuo oggi si trova a vivere all’interno di tre ambienti spaziali: mente, mondo e network. Lo studioso sostiene che la comparsa del cyberspazio, creato da internet, ci porta a riconsiderare del tutto i precedenti due tipi di spazio (mente e mondo).

La portata dei media si estende ben oltre i confini nazionali di uno Stato, assistiamo così a una massiccia produzione di contenuti medialità transnazionali, distribuiti in maniera globale dall'industria dei media, destinati a differenti tipologie di pubblici.

Sepstrup (1989) ha individuato tre forme di distribuzione internazionale dei prodotti medialità: 1) la strategia del flusso multilaterale dei contenuti, che li ridistribuisce da un determinato centro a paesi differenti per modalità di ricezione (es. canali satellitari), 2) redistribuzione nazionale di prodotti medialità stranieri, 3) flusso bilaterale dei contenuti, l'accesso cioè da parte dei pubblici a un tipo di offerta mediale del tutto inedita.

A questa distinzione se ne affianca un'altra, particolarmente interessante e maggiormente legata al medium televisivo, quella proposta da Dayan (1999). Egli individua tre tipologie di canali minoritari come l'*ethnic television*, i canali televisivi prodotti dalle stesse comunità all'interno del paese ospitante, *exilic television*, piccole produzioni che rispondono ad esigenze rivendicative dei gruppi minoritari in esilio (dal punto di vista politico - identitario) e la *transnational television*, produzioni distribuite nel paese ospite, importate dal paese ospitante.

Ma è con il digitale che le comunità transnazionali sono riuscite sia a mantenere nel tempo dei legami interni alla comunità, sia crearne dei nuovi nel paese ospitante, tendendo unite sfere familiari domestiche con quelle nazionali e internazionali; in questo senso i nuovi media sono "distributori" potenti di contenuti transnazionali e si poggiano su una fonte di differenziazione sociale legata all'appartenenza etnica (McQuail, 2001).

Sono gli stessi media a offrirci «la possibilità magica di essere in due luoghi allo stesso tempo» e conquistare la distanza (Scannell 1996, p.91). La trasmissione televisiva, ad esempio, consente ad ascoltatori e spettatori di essere tanto "vicini" all'evento mediatico da un punto di vista esperienziale, quanto lo sono a ciò che accade nei loro ambienti fisici.

Ciò che muta è "la geografia dell'esperienza della prossimità":

«i media portano una pluralità di luoghi nel raggio d'azione dei sensi (..) stiamo consentendo loro (ai media) di infrangere il limite per cui una persona, in un dato momento, può essere soltanto in un luogo» (Adams 2009, p.185).

Scannell (1996, p.90) precisa che ci sono naturalmente delle differenze tra l'essere fisicamente presenti a un evento e l'essere coinvolti come spettatori televisivi, ma allo stesso tempo

«(..) gli eventi pubblici ora accadono, simultaneamente, in due luoghi diversi: quello dell'evento stesso e quello in cui esso viene guardato e ascoltato. La trasmissione effettua la mediazione tra queste due

localizzazioni. Gli eventi pubblici, in questo modo, assumono un grado di complessità fenomenologica che prima non possedevano».

Il risultato è una connessione emozionale e un raddoppiamento del luogo.

Audience e contenuti mediali ricoprono un ruolo fondamentale nel promuovere a livello simbolico l'unità nazionale, tenendo legate famiglie, culture e tradizioni; la dimensione locale e quella globale si configurano come luoghi di aggregazione e ridefinizione delle appartenenze, aventi i caratteri di sfere pubbliche transnazionali (Riva, 2012).

La diaspora un tempo era tipica di un solo popolo, oggi è un fenomeno plurale, dove le popolazioni sono allo stesso tempo locali e globali, quindi non più delle “semplici” comunità, quanto piuttosto delle “reti (inter)diasporiche” e ciò permette alle culture e alle minoranze di sopravvivere, anche nello spazio mediale.

Rispetto alla prima generazione di immigrati, infatti, le successive si trovano ad affrontare un nuovo problema legato all'uso dei diversi media e al loro ruolo di ri-formatori delle minoranze culturali all'interno delle società che le ospitano.

La conseguenza è

«un continuo movimento dentro e fuori di identità e interessi che vengono mobilitati ed espressi attraverso uno spazio sempre più elettronico, ma che dipendono ancora dai movimenti reali delle popolazioni nello spazio e nel tempo, e da questi movimenti sono influenzati » (Silverstone 2002, p.178).

Così nonostante la contemporaneità sembra oggi configurarsi tra nazionalismi, violenza e disuguaglianze, con i nuovi media è possibile iniziare a discutere di concetti ancora apparentemente utopici, ma piuttosto interessanti dal punto di vista sociologico, come ad esempio del “potere dell'immaginazione” e del “diritto alla speranza”. Due forze che muovono i viaggi disperati dei migranti, ma anche la loro legittima aspirazione a cambiare in meglio la propria vita supportati dalle nuove tecnologie intese come ambienti in grado di accogliere e coltivare ogni possibile visione del futuro come “fatto culturale”, qualcosa cioè che può essere pensato, progettato e costruito⁴⁸.

I mutamenti socio-culturali e comunicativi precedentemente descritti, in particolare l'avvento dei media elettronici (e digitali poi) sembrerebbero aver favorito l'emergere di una “cultura senza

⁴⁸ Panosetti D. (2018), *Arjun Appadurai. Diritto all'immaginazione*, testo disponibile al sito: <https://www.doppiozero.com/materiali/arjun-appadurai-diritto-allimmaginazione>.

luogo”, in riferimento sia ai ruoli sociali che le persone interpretano e alle questioni correlate all’identità sociale, sia a quelle situazioni di interazione che sono caratterizzate da una presenza fisica non mediata (Meyrowitz, 1993) .

Finora i concetti di “spazio” e “ luogo” sono stati affrontati e utilizzati con i significati di “scenario”, “ambiente” o “posizione sociale”, ma è necessario ora andare oltre, in quanto l’idea di luogo nasconde un significato più profondo, utile in questa sede, un’analisi più ampia degli stessi processi migratori.

7.2 Medium come luogo

L’importanza del luogo ha a che vedere con i grandi cambiamenti tecnologici che possono perfino rinforzare alcuni aspetti della relazione con l’ambiente fisico, gli stessi ambienti e scenari mediatici potrebbero preferibilmente essere pensati come spazi sociali continui e vissuti o abitati (Miller, Slater 2000) in quanto parte della vita quotidiana o a “luoghi di un certo tipo”, dove esiste e si rafforza l’idea di cultura, dove c’è vita, scambio, perché il luogo ha a che vedere con soprattutto “l’abitare” (Moores, 2017).

Il geografo Yi-Fu Tuan (1996, p.451-2) a tal proposito afferma chiaramente:

«il luogo (..) è qualcosa di più della localizzazione (..) della posizione di una persona all’interno della società» e si costituisce quando una localizzazione viene vissuta abitualmente, quando si forma cioè un “ambito dell’abitudine” o “un ambito della cura” (..) le persone sono legate, da un punto di vista emozionale, al proprio ambiente ».

Il luogo è una localizzazione familiare concreta, significativa che riempiamo di valore, un processo di “apprendimento” che ha a che fare con l’occupazione apparentemente irrilevanti dell’andare in giro con l’orientarsi negli ambienti della quotidianità, con il “trovare la strada”:

«siamo in una zona della città che non conosciamo: davanti a noi si aprono spazi sconosciuti. Col tempo, ci appropriamo di alcuni punti di riferimento e dei percorsi che li uniscono, finché quella che era una zona sconosciuta della città (..) diventa un luogo familiare. Lo spazio astrattivo, privo di un significato altro dall’estraneità, diventa un luogo carico di significato (..) Ci sappiamo muovere (..) ci orientiamo» (Tuan 1977, p.199).

Si crea così “l’esperienza dell’ambiente” che via via porterà a un sentimento di attaccamento, in senso affettivo, al luogo attribuendo ad esso “un senso” attraverso pratiche mediali di routine (o performance abituali) come il sintonizzarsi sui programmi radio-televisivi del palinsesto, la lettura di romanzi, lo scattare delle fotografie, l’ascolto della musica: tutte azioni che implicano l’uso di tecnologie mediatiche all’interno di ambienti ormai familiari. Così anche il medium si fa “luogo”, un ambiente cioè carico di significato ed emozione, uno spazio vissuto, abitato, dove possiamo sempre ritornare attraverso l’uso ripetuto dello stesso mezzo di comunicazione.

La ripetizione e il ritorno, per Tuan (2004), ci portano sia a sviluppare un legame duraturo con i singoli media (con quella specifica fotografia, con un film o con quella particolare musica) e allo stesso tempo a coltivare l’abitudine a “dimorare immaginativamente” entro quelle determinate immagini e quei suoni che ripetutamente visitiamo.

La relazione tra luoghi, media e mobilità è bene descritta nell’analisi sociologica di Urry (2007) che distingue a questo proposito cinque tipologie di “mobilità interdipendenti” che producono vita sociale e organizzata a distanza:

-spostamenti fisici: le persone si spostano coinvolgendo i loro corpi per questioni legate alla migrazione, alla fuga o al proprio lavoro. «Questi corpi (..)incontrano il mondo materiale (..) attraverso i sensi (..) Particolarmente importante rispetto all’idea di movimento è il tatto, nel contatto dei piedi (..) con il sentiero o in quello delle mani. » (ivi, pp 47-48);

-spostamento fisico degli oggetti: riguardano le cose in movimento (souvenir, alimenti o dispositivi mobili) che il migrante porta con sé, e definiscono l’esperienza e favoriscono il ricordo;

-viaggio immaginativo: è consentito dagli usi dei media di comunicazione. Viaggiare “immaginativamente”, supportati dall’ascolto della radio, ad esempio, è una forma di mobilità incarnata nell’uso dei media e sensibile sui sistemi sensoriali umani;

-viaggio virtuale: una mobilità che avviene attraverso computer in rete e che ha creato nel tempo una prossimità virtuale e immaginativa;

-il viaggio della comunicazione mobile: a tal proposito si distinguono in questa fase due osservazioni. La prima riguarda “le culture degli incontri fluidi”, la possibilità di comunicare a distanza tramite telefono cellulare, la seconda “la conservazione e il recupero degli elementi affettivi” navigando all’interno di mondi mobili.

Attraverso le tecnologie digitali possiamo creare e memorizzare nuovi contenuti che ci permettono di ampliare le nostre esperienze o rivivere quelle vissute, depositare umori e stati d'animo, ampliando o integrando le nostre esperienze o i nostri desideri di mobilità.

Il processo tecnologico ci aiuta ad attribuire “senso al luogo” creando culture e comunicazioni di massa che non costituirebbero una minaccia per la costruzione dei luoghi e dell'identità, anzi favorirebbero la fine dei non-luoghi, trasformando quegli spazi anonimi in luoghi significativi e di attrazione.

L'evoluzione del web rappresenta, oggi più che mai, il principale strumento di interazione che agevola innanzitutto la comunicazione tra comunità immigrate geograficamente disperse in ogni parte del globo.

In precedenza, differenti medium come la lettera, ad esempio, consentivano una comunicazione asincrona tra immigrati e madrepatria e avevano una doppia funzione: veicolare un messaggio e rappresentare in maniera simbolica un legame affettivo esistente da tempo.

Smartphone e social network, con funzioni di messaggistica istantanea e video-chiamata online, costruiscono in tempo reale ponti di comunicazione, personale e professionale, con qualunque tipo di destinatario; è per queste ragioni che per immigrati e richiedenti asilo che provano oggi ad entrare in Europa sono importanti non solo le tradizionali infrastrutture (ferrovie, porti aereo, stazioni..), ma anche quella elettronica - digitale (tablet, app, siti e piattaforme online..).

Le ICT hanno facilitato i processi di mobilità umana e la possibilità per gli individui di rimanere sempre in contatto, riducendo solo apparentemente però i costi e i rischi della migrazione (Cusimano, Mercatanti 2017): in termini generali, infatti, le nuove forme di comunicazione non hanno prodotto solo effetti sociali positivi, ma sono diventate anche strumenti del mercato della violenza, intesa come violazione delle norme sociali e giuridiche.

I mutamenti tecnologici (il sovraccarico informativo, l'assenza di confini spazio-temporali, gli alti livelli di partecipazione attiva degli utenti in Rete) sono stati così rapidi che negli anni immediatamente successivi all'esplosione di internet, le autorità non sono più riuscite a tenere il passo nel garantire una navigazione – comunicazione sicura online, in quanto i vecchi schemi criminali non erano più gli stessi e le strategie politiche della sicurezza si mostravano del tutto inefficaci, soprattutto se applicate allo scenario digitale:

Dalla metà degli anni Novanta, quando si iniziò a capire quanto nel cyberspazio si commettessero crimini diversi, e quanto fossero insidiosi alcuni di questi, le forze dell'ordine avevano appena iniziato ad addestrare o ad assumere degli esperti per controbatterli (..) Ad ogni progresso corrispondeva l'avanzamento continuo della tecnologia che era spesso impiegata per attività illegali (Douglas *et al.*, 2006).

Dunque le nuove piattaforme di comunicazione e informazione sono strumenti che agevolano l'esperienza migratoria a partire dall'organizzazione del viaggio, ma a volte costituiscono anche un pericolo in quanto, ad esempio, come descritto più avanti, le tracce digitali lasciate possono essere utilizzate dai trafficanti di esseri umani per minacciare o rivendicare prestazioni e servizi di diversa natura (Shelley 2014; Koslowska 2016).

7.3 Connettività e usi sociali dei media

Evidenziati alcuni aspetti teorici di particolare importanza, la seconda parte della ricerca applicativa, partendo dal pensiero di Bordieu (1972), si è concentrata in particolare sul concetto di “capitale sociale - digitale” (boyd, Ellison 2007; De Feo, Pitzalis 2015) applicandolo al tema delle migrazioni e alle forme di comunicazione da essi adottate.

In questa ultima fase di lavoro gli interrogativi sono stati i seguenti: quale ruolo ricoprono i nuovi media nelle varie fasi del processo migratorio? Quali canali comunicativi vengono maggiormente utilizzati per vivere la comunità ospitante e rapportarsi con le istituzioni? La tecnologia è utile per orientare e promuovere capitale di rete o è poco funzionale nel coinvolgimento del soggetto immigrato alla vita sociale, civile e di comunità?

Questa volta il modello qualitativo adottato è stato quello del *focus group*, tipico della ricerca in ambito sociale, reputato lo strumento d'indagine maggiormente idoneo per questa specifica fase della ricerca.

Tale strumento sembra particolarmente in linea con la finalità di approfondimento dialogico prefissato, poiché questo modello è in grado di attivare processi partecipativi e “conversazionali”; nel *case study* analizzato, la metodologia qualitativa è stata funzionale per confermare le ipotesi iniziali della ricerca, formulate sulla base di un'accurata rassegna della letteratura, come pure per approfondire, con una descrizione maggiormente articolata, le informazioni raccolte e finora presentate.

Il dialogo risulta agevolato quando i partecipanti presentano alcune caratteristiche affini o esperienze similmente condivise, poiché le rappresentazioni che emergono nascono da un contesto che accomuna tutti i soggetti senza che nessuno si possa sentire in condizione di vantaggio o svantaggio rispetto agli altri partecipanti.

Inoltre la buona riuscita dell'indagine dipende anche dalla conduzione dell'esperienza da parte del mediatore, dalla conduzione del dialogo che dev'essere guidata secondo precise regole, stando attenti a non far trapelare giudizi critici e a non viziare le risposte dei partecipanti.

Facendo riferimento alla letteratura (Krueger 1998; Guglielmini 1999; Oprandi 2001; Acocella 2015) si possono prendere a riferimento quattro punti principali: il *riscaldamento*, l'incipit iniziale del procedimento d'analisi che può determinare l'intero esito dell'esperimento e che va condotto con un approccio amichevole e non finalizzato alla mera rilevazione dei dati; il *background*, l'indagine del clima generale, cercando di dare la parola a tutti i partecipanti al fine di individuare tensioni positive e negative nel gruppo, evitando però di riferirsi ad ognuno dei partecipanti, ma lasciando libera la parola senza fretta di dover riempire i silenzi; il *consolidamento*, tenendo presente la scaletta si rintracciano degli item più significanti rispetto alla questione e si rinforzano tali tematiche con dei rimandi, mantenendo un clima disteso ed interessante, evitando soprattutto i conflitti; il *distacco*, ultima fase in cui si conclude il *focus group* in maniera graduale, cercando di fare un *recap* veloce dei temi emersi durante tutta la discussione.

Tenute presenti le indicazioni rintracciate in letteratura per un corretto comportamento del moderatore va poi specificata l'importanza nel pianificare l'analisi a priori per raccogliere dati quanto più codificati e funzionali all'interpretazione.

A tal proposito sono state formulate delle domande con caratteristiche precise come la chiarezza, la dichiarazione degli intenti e degli scopi del mediatore, la creazione di quesiti brevi, l'adozione di una terminologia consueta e non troppo elaborata.

Si è ritenuto importante seguire una "scaletta" con argomenti articolati secondo il *questioning route*, cioè la traccia di domande da seguire durante la conduzione; le domande, circoscritte in determinanti argomenti funzionali all'obiettivo di ricerca, sono state scelte ed ordinate secondo degli accorgimenti rintracciati in letteratura da Acocella (2015).

L'ordine delle domande, di seguito riportato, è stato preso come guida per la progettazione della scaletta⁴⁹: domanda di apertura che ha lo scopo di mettere a proprio agio il gruppo; domanda introduttiva che introduce alla ricerca vera e propria; domanda di transizione che precede le domande sostanziali; domanda sostanziale che permette di raccogliere i dati necessari alla ricerca; domanda finale che chiude la discussione.

I 10 *focus group* effettuati sono stati registrati mediante l'utilizzo di un dispositivo di registrazione audio e sono stati condotti in un'area dedicata all'interno delle principali strutture

⁴⁹ E' opportuno specificare che la scaletta non va intesa come uno strumento rigido e inflessibile, ma adattabile alle situazioni contingenti emerse e il livello di cooperazione degli intervistati (Zammuner 2003; Acocella 2015).

d'accoglienza presenti nel territorio marchigiano⁵⁰, mantenendo una configurazione di sedute sempre circolare e identica in ogni misurazione, poiché anche il *setting* può essere definito come un fattore influente sull'andamento della conversazione stessa.

Gli operatori delle varie strutture si sono resi fin da subito disponibili nel supportare in termini organizzativi i vari incontri per le interviste organizzando piccoli gruppi misti (6-7 persone per ogni gruppo di differente origine ed età) sulla base delle indicazioni precedentemente fornite, al fine di favorire più interazione e momenti di confronto tra gli intervistati, quindi una maggiore facilità ad esporsi rispetto ad argomenti "compromettenti", abbassando il rischio di alterazione del processo di gruppo (gergo, dinamiche relazionali ecc.)⁵¹.

Il campione analizzato è formato da soggetti migranti maschi (irregolari, rifugiati e richiedenti asilo) che hanno aderito all'indagine su base volontaria, con un'età compresa tra i 22 e i 35 anni, provenienti da zone geografiche differenti; sia l'età, che la diversità geografica sono fattori che si sono rivelati da subito elementi piuttosto importanti ai fini dell'analisi, in quanto, come evidenziato in seguito, influiscono non poco sulle modalità di utilizzo dei nuovi media e sulle possibilità/capacità di accesso ad internet⁵².

Nella fase iniziale dei vari incontri non è stato sempre facile (e possibile) ottenere la piena disponibilità e una partecipazione attiva degli intervistati nei confronti dello studio presentato e delle interviste proposte, specialmente su quei quesiti maggiormente legati agli aspetti familiari e al paese di origine dei soggetti migranti coinvolti nella ricerca. Inizialmente molti di loro si sono mostrati sospettosi sulle finalità del lavoro nonostante gli operatori abbiano fornito dettagliate informazioni prima dei vari incontri organizzati per i *focus group*.

Il grado di sospetto più alto si è riscontrato tra coloro che sono in Italia da più tempo e hanno un'età compresa tra i 28 e i 35 anni, mentre i nuovi arrivati, tra i 22 e i 25 anni, in particolare di origine pakistana e irachena, hanno fin da subito mostrato interesse per il lavoro di ricerca, una sorprendente apertura e spirito di collaborazione; nei casi in cui si verificavano delle difficoltà in termini di comunicazione, gli intervistati assumevano, in maniera del tutto spontanea, il ruolo di

⁵⁰ I *focus group* sono stati svolti nelle numerose sedi operative delle principali cooperative presenti nelle province di Ancona e Macerata che si sono rese da subito disponibili e che svolgono servizio di accoglienza e integrazione per immigrati.

⁵¹ Fin da subito è stata messa a disposizione la figura di un mediatore nel caso fossero emerse delle difficoltà nella comprensione delle domande o nella discussione in generale.

⁵² Le nazionalità più numerose tra il campione preso in esame sono state: Gambia, Ghana, Iraq, Nigeria, Mali, Pakistan, Senegal.

mediatori e traduttori per gli altri partecipanti al fine di agevolare la partecipazione dei loro coetanei/conterranei⁵³.

Confrontandosi con i responsabili delle strutture, al termine dei cicli di interviste, è emerso come i più giovani, non essendosi ancora scontrati con la “dura realtà burocratica e giuridica”, tendano a mostrare un evidente entusiasmo, un maggiore interesse a collaborare e una voglia di raccontarsi che si traduce automaticamente in una fiducia maggiore anche nei confronti degli stessi operatori e delle istituzioni locali.

Si aspettano, ad esempio, che Comune e Regione si facciano carico del loro sostentamento e del loro futuro inserimento lavorativo, mentre altri, conoscendo le tempistiche e le difficoltà nell’ottenere risposta alla loro domanda d’asilo o circa la ricerca di un lavoro sicuro, sono poco disponibili al dialogo e tendono ad assumere un atteggiamento di sfiducia e di rassegnazione⁵⁴.

Sulla base della letteratura presente sul tema e tenendo conto dei risultati ottenuti nelle fasi precedenti della ricerca e degli obiettivi del *focus group*, sono state individuate e analizzate due dimensioni che si ritengono essere presenti, a volte anche in modo sovrapposto, nel processo migratorio (tab. 7.1): - *rete e connettività*; - *usi sociali dei nuovi media e costruzione del capitale sociale e digitale*.

Rispetto alla prima dimensione si è indagato circa la possibilità per un migrante di possedere uno smartphone e avere accesso agli spazi di rete, dunque sull’importanza di attivare una connessione internet sia nel suo paese d’origine, sia dopo la fase migratoria una volta arrivato a destinazione; lo “stato di connessione” diventa una condizione necessaria per progettare prima di tutto il tragitto da percorrere, usufruendo di informazioni *open source* presenti online ed è fondamentale, dopo il viaggio, per poter usufruire di servizi in rete al fine di facilitare il contatto con operatori sociali e altre comunità etniche presenti nel territorio ospitante.

Nella seconda dimensione l’indagine si è focalizzata sui canali di comunicazione utilizzati dai migranti per ricevere e scambiare informazioni prima e durante i loro movimenti da e per l’Italia, con un’attenzione particolare alle esperienze relative al loro arrivo nel nostro paese e ai tipi di

⁵³ Alcuni dei soggetti intervistati, sopra i 30 anni, principalmente maliani, senegalesi e ghanesi, hanno mostrato qualche difficoltà nella comunicazione in lingua italiana e inglese. Si tenga conto che alcuni di loro non possiedono un elevato grado di istruzione o sono analfabeti nella loro stessa lingua d’origine, inoltre, all’interno delle strutture d’accoglienza alcuni di loro interagiscono esclusivamente con soggetti dello stesso gruppo etnico.

⁵⁴ La difficoltà a regolarizzare il loro status e trovare un lavoro stabile è la principale causa di ansia e stress, soprattutto per quei migranti le cui famiglie hanno pagato ingenti somme per coprire le spese di viaggio o si trovavano già in situazioni finanziarie precarie.

social media e applicazioni mobili utilizzati per ottenere informazioni affidabili e mantenere intatti i loro legami familiari e parte della propria identità culturale.

Allo stesso tempo si è cercato, con non poca difficoltà, di comprendere se (e come) le tecnologie avessero influenzato l'organizzazione del loro viaggio in Italia e avuto un ruolo nel *modus operandi* dei cosiddetti facilitatori della migrazione irregolare (vale a dire i trafficanti di esseri umani)⁵⁵.

Tab.7.1 Le dimensioni di analisi del focus group

-Rete e connettività	L'importanza della connessione e dei <i>digital devices</i>
-Usi sociali dei nuovi media	Canali di informazione e di comunicazione utilizzati dai migranti

Come già sottolineato tutti gli spazi digitali ospitano ormai contributi prodotti attivamente da numerosi pubblici in Rete, gli stessi social media, prima luoghi di comunicazione interpersonali, sono in poco tempo evoluti in veri e propri canali di distribuzione dell'informazione; la rivoluzione tecnologica ricopre una notevole importanza per coloro che vivono dispersi geograficamente e il settore delle migrazioni internazionali è stato quello maggiormente influenzato.

Le numerose applicazioni di posizionamento globale, le piattaforme di messaggistica, i social network si configurano ormai come “luoghi dell'abitare”, spazi da conoscere, attraversare e vivere per portare a termine (o anche solo strutturare) un progetto migratorio⁵⁶.

Le migrazioni costituiscono un fenomeno globale e possono presentare caratteristiche e andamenti differenti, così come possono essere molteplici le motivazioni della loro origine, legate ad esempio, a fattori politici, economici, bellici, climatici o culturali. Si è visto anche in precedenza

⁵⁵ La decisione di migrare può essere ricondotta a 4 variabili: status socio-economico, conflitti, problemi politico-religiosi e problemi climatici (Ambrosini, 2017). Nella maggior parte dei casi l'Italia non è la destinazione finale dei migranti, ma semplicemente una terra di transito. In realtà, alcuni degli intervistati avevano progettato di arrivare in altri paesi europei come Francia e Germania. L'immagine che i soggetti coinvolti nella ricerca hanno dell'Italia e dell'Europa è spesso limitata e distorta, la destinazione viene scelta sulla base delle informazioni comunicate attraverso il passaparola da parte di amici e familiari e considerando le esperienze migratorie altrui. Al di là di questo aspetto, dalle parole degli intervistati, emerge per lo più un'immagine positiva del nostro paese.

⁵⁶ Dekker R., Engbersen G. (2012), *How social media transform migrant networks and facilitate migration*, International Migration Institute, Oxford.

come il discorso pubblico sui migranti sia spesso alimentato da pregiudizi e stereotipi con conseguenze a volte importanti, come gli episodi di disinformazione o di violenza verbale trasmessi in formato digitale, con un'elevata percentuale di condivisione e di diffusione (Raffini, Giorgi 2020).

È ancora scarsa però la letteratura scientifica in Italia, così come l'attenzione delle istituzioni e dei media, sulla "dimensione digitale" del fenomeno migratorio.

I nuovi media sono "linguaggi" sempre più utilizzati per costruire e condividere informazioni anche in ambito migratorio, di conseguenza diventa necessario indagare scientificamente su questo aspetto e apprendere le modalità comunicative dei "migranti digitali".

I soggetti migranti sono infatti parte integrante della società digitale, da vittime/oggetto di rappresentazioni distorte da parte dei media diventano generatori e consumatori di contenuti mediali in Rete, possiedono vari strumenti di comunicazione, ricercano e gestiscono in autonomia le informazioni online (Diminiescu 2008; Kymlicka 2012; Save the Children 2017).

La "disponibilità digitale" da parte dei migranti è stata più volte criticata dalla stampa nazionale e locale attraverso la pubblicazione di immagini di profughi in arrivo sulle coste italiane o greche con smartphone in mano impegnati a scattare *selfie* o documentare il loro arrivo, ma il possesso di uno strumento digitale non indica tanto lo status socio-economico del migrante, quanto la necessità dell'immigrato di essere sempre connesso; inoltre si tratterebbe ormai di un bene alla portata di quasi tutte le classi sociali in termini di costi⁵⁷.

I profughi, ad esempio, che provengono da paesi relativamente benestanti, migrano portando con sé i loro smartphone, già medium presente nella loro vita quotidiana precedente⁵⁸.

Come indicato anche da due partecipanti del primo gruppo (A):

«Prima di arrivare qui noi eravamo persone "normali" (..) il fatto di essere scappato dal mio paese per problemi economici non significa che io non debba aver avuto una vita sociale come tutte le persone, quindi il fatto che possieda un cellulare o lo usi durante la giornata, nel tempo libero, non capisco perché qui sorprenda molte persone» (A1, Iraq).

«Nel mio paese avevo anche la televisione in casa e la radio nella macchina di mio fratello. In camera tenevo un vecchio computer fisso per studiare e scrivere poesie (..) Lo smartphone, che ora ho con me, è lo stesso che avevo prima

⁵⁷ UNHCR (2016), *Rifugiati: 4luoghi comuni da smontare*, testo disponibile al sito: <https://www.unhcr.it/risorse/carta-di-roma/fact-checking/rifugiati-4-luoghi-comuni-smentire>.

⁵⁸ O'Malley J. (2015), "Surprised that Syrian refugees have smartphones? Sorry to break this to you, but you're an idiot", testo disponibile al sito: <https://www.independent.co.uk/voices/comment/surprised-that-syrian-refugees-have-smartphones-well-sorry-to-break-this-to-you-but-youre-an-idiot-10489719.html>.

(..) poco dopo che sono arrivato in Italia ho solo chiesto agli operatori che mi hanno accolto una batteria nuova» (A3, Pakistan).

Ogni tipologia di medium, soprattutto smartphone e cellulari, sono strumenti ormai presenti in tutti i paesi, anche quelli a sud del mondo, e hanno acquisito una chiara valenza sociale, economica e culturale sempre più rilevante nella quotidianità e nelle attività professionali; nella maggior parte dei casi il cellulare addirittura diviene un medium di sopravvivenza, generatore di reddito.

In Kenya, ad esempio, l'applicazione per telefono *iCow* è utilizzata dalla quasi totalità degli agricoltori (più di 25.000 gli utenti)⁵⁹.

Si tratta di un semplice strumento che si è rivelato estremamente utile in quanto, attraverso l'invio di un sms a un sistema centralizzato, coltivatori e allevatori possono confrontarsi in tempo reale sulla loro attività, su quando mungere o come curare gli animali, ricavandone enormi benefici per la loro salute e la produzione di latte; un altro interessante esempio a tal proposito è *mPedigree*, un'app sviluppata attraverso il contributo delle compagnie farmaceutiche africane che, servendosi di uno smartphone con lettore di codici a barre, permettono di identificare se un medicinale sul mercato è scaduto o contraffatto.

Nei principali centri commerciali africani giungono migliaia di cellulari e altri dispositivi digitali; Accra, capitale del Ghana, è il cuore del traffico di smaltimento di rifiuti elettronici (come computer, televisori, frigoriferi ecc.)⁶⁰.

Un fenomeno che prende il nome di *elettronic waste* e che ha portato in Africa, così come in Sud America, alla nascita di una rete di riciclo, di negozi di riparazione e differenti iniziative che mirano a rigenerare o assemblare vecchi strumenti tecnologici apparentemente fuori uso. Il risultato è la presenza di una produzione redditizia a livello locale di tecnologie di seconda mano anche nei villaggi più remoti dove è possibile acquistare, in maniera informale, modelli *low cost* di *device* digitali del tutto funzionanti:

« La zona dove vivevo prima era piuttosto isolata dal centro. Non c'erano negozi di smartphone, ma delle piccole "booth"⁶¹ dove acquistare vecchi modelli di cellulari che io utilizzavo per chiamare mio padre o mandargli messaggi

⁵⁹ D'Amico Barbara (2014), "Icow, la app che insegna", testo disponibile al sito: <https://www.lastampa.it/blogs/2014/03/28/news/icow-la-app-che-insegna-1.37050995>.

⁶⁰ Ottaviani J. (2014), "La Repubblica dei rifiuti elettronici", testo disponibile al sito: <https://www.internazionale.it/webdoc/ewaste-republic/>.

⁶¹ Il termine inglese *booth*, utilizzato dall'intervistato, significa in questo caso "bancarella", "piccola cabina".

quando era fuori regione per lavoro. Non avevo connessione, quando possibile andavo al centro città dove gli *internet point* sono numerosi » (C5, Mali).

« Ho più volte comprato cellulari usati di seconda mano per avere strumenti accessibili e funzionanti, ma navigare online a lungo è davvero costoso e difficile. Quando mi sono trasferito a Dakar, centro della città, ho usufruito del wi-fi nei locali che frequentavo e dei numerosi centri internet per le chiamate internazionali » (D2, Senegal).

Un primo elemento che emerge sull'utilizzo dei nuovi media è innanzitutto la differente possibilità di accesso allo strumento digitale e alla connessione internet da parte degli intervistati, che cambia notevolmente in base alla provenienza geografica, alla zona di residenza (periferia-centro), in termini di liberalizzazione del mercato delle telecomunicazioni e di disponibilità della banda larga.

Un recente studio pubblicato dalla *Web Foundation* ha rilevato che il tasso di crescita dei nuovi accessi a internet è passato in dieci anni dal 19% del 2007 al 6% dell'anno 2017, con una brusca frenata a partire dal 2015; nel mondo 3,8 miliardi di persone non sono online e particolarmente penalizzate risultano essere le donne, i paesi africani e le comunità rurali⁶². Dunque l'accesso alla Rete è ancora un privilegio economico e sociale, la crescita degli accessi alla Rete è infatti drasticamente rallentata nel mondo e miliardi di persone nei paesi più poveri o isolati restano in pieno *digital divide*⁶³.

In alcune aree del globo, isolate e difficilmente accessibili, l'attivazione della connessione internet è molto costosa, ma non è solo una questione di investimenti di rete o di costi, alcune persone delle comunità più povere, che pure riescono ad avere un dispositivo e a permettersi un piano dati, non possiedono le competenze necessarie per stare online o non lo ritengono utile perché i contenuti sono pubblicati in lingue a loro sconosciute.

⁶² Sample I. (2018), "Exclusive: dramatic slowdown in global growth of internet access", testo disponibile al sito: <https://www.theguardian.com/technology/2018/oct/18/exclusive-dramatic-slowdown-in-global-growth-of-the-internet>.

⁶³ Il termine *digital divide* sta ad indicare il divario esistente tra chi ha accesso effettivo alle tecnologie dell'informazione (in particolare personal computer e Internet) e chi ne è escluso, in modo parziale o totale. Le cause di tale esclusione comprendono diverse variabili: condizioni economiche, livello d'istruzione, qualità delle infrastrutture, differenze di età o di sesso, appartenenza a diversi gruppi etnici, provenienza geografica. Oltre alle difficoltà di accesso reale alle tecnologie, la definizione include anche disparità nell'acquisizione di risorse o capacità necessarie a partecipare alla società dell'informazione (Castells 1998; Calderaro 2006; Gui 2009).

Secondo il Rapporto *Africa's Mobile Economy* (2017) però la quantità di smartphone in grado di connettersi con un'interfaccia dedicata ha comunque subito un'impennata a partire dal 2014 in tutto il territorio africano, soprattutto in Sudan e Kenya⁶⁴.

Quest'ultimo, in particolare, è tra i paesi che ha guidato, anche se con tempi piuttosto lunghi e con risultati ancora piuttosto incerti, la rivoluzione ICT africana provando a monitorare le elezioni politiche al fine di garantire che tutte le informazioni prodotte durante le elezioni fossero degne di fiducia e generassero un'ampia accettazione del risultato elettorale come rappresentazione vera ed equa della volontà dei cittadini⁶⁵.

Con le cosiddette “primavere arabe” si è potuto notare come la potenza delle tecnologie digitali non sia stata sufficiente per risollevare contesti politicamente ed economicamente fragili, allo stesso tempo però non è possibile negare che la telefonia mobile, nella vita quotidiana di milioni di persone, rappresenta ormai una opportunità di crescita e maturazione civile⁶⁶.

Tenendo in considerazione quanto detto finora, la seconda dimensione d'analisi individuata ha preso invece a riferimento gli usi sociali dei nuovi media da parte dei soggetti migranti in Italia, per informarsi e costruire nuove forme di socialità in Rete.

Per alcuni dei soggetti intervistati, tempi e modalità di utilizzo dei vari media digitali sono cambiati notevolmente una volta arrivati nel paese ospitante, mentre per altri il consumo dei contenuti mediali e l'utilizzo dei servizi e degli spazi di comunicazione online è rimasto più o meno lo stesso.

Inoltre una parte del campione, anche se molto piccola, ha iniziato a usare alcune applicazioni o specifici social network solo una volta arrivato nel nostro paese, spesso su suggerimento dei loro coetanei con la quale condividono la maggior parte del tempo all'interno delle strutture d'accoglienza.

A tal proposito tre intervistati hanno specificato:

⁶⁴ Wearesocial Report (2017), *Digital in 2017 Global Overview*, testo disponibile al sito: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>.

⁶⁵ Okong'o G. (2017), “Kenya: the potential and limitations of electoral technology”, testo disponibile al sito: <https://www.idea.int/news-media/news/kenya-potential-and-limitations-electoral-technology>.

⁶⁶ Tufecki Z., Talbot D. (2016), “Remaking Social Media for the Next Revolution”, testo disponibile al sito: <https://www.technologyreview.com/s/601241/remaking-social-media-for-the-next-revolution/>.

« Di solito nel mio paese usavo *Imo* per video-chiamare. Skype l'ho usato per la prima volta qualche mese fa., F. me l'ha scaricato sul mio smartphone e mi ha indicato come utilizzarlo. Inizialmente abbiamo fatto una chiamata di prova alla responsabile dei servizi della struttura » (B2, Senegal).

« Da sempre utilizzo Facebook, Viber e YouTube. Le prime due per comunicare e leggere informazioni, news italiane o del mio paese, mentre YouTube è molto utile per imparare la lingua italiana e guardare tutorial per imparare le basi di qualche professione» (G4, Iraq).

« WhatsApp è l'applicazione che uso di più. Principalmente scambio link, foto e messaggi con i miei familiari. Con Facebook, in più, riesco a seguire l'informazione sulle condizioni dei miei coetanei migranti in Italia e quella dedicata alla politica e alla cultura » (C1, Pakistan).

Da tutti i *focus group* emergono degli elementi comuni.

Innanzitutto ognuno degli intervistati possiede ora uno smartphone di diverso marchio e con potenzialità e funzionalità differenti (solo cinque degli intervistati possiede un tablet), così come tutti dispongono della connessione internet fuori e dentro le principali sedi destinate all'accoglienza.

All'interno di queste la connessione wi-fi è presente in quanto molto spesso è utile anche ai vari operatori e responsabili per coordinare le varie attività e gestire le numerose pratiche amministrative, così la connessione libera viene messa a disposizione di tutti i presenti, mentre in altri contesti, ognuno dispone della propria scheda sim, nuova, attivata una volta arrivati in Italia.

Dalle risposte è emerso che gli operatori telefonici principalmente più utilizzati sono Wind, Vodafone e Lycamobile e che la scelta di questi molto dipende dai giga inclusi e dai costi delle offerte che si intendono attivare:

« Ora ho wind, me l'aveva consigliato un ragazzo iracheno che da 4 anni vive in Italia e ho visto che quando siamo fuori dalla struttura funziona molto bene, soprattutto internet, ed è abbastanza veloce ed economico per fare lunghe videochiamate di gruppo online (...) Dove possibile però, cerco sempre la connessione wi-fi » (B6, Pakistan).

Bisogna fin da subito precisare che in realtà coloro che non hanno ancora ottenuto il permesso di soggiorno non potrebbero acquistare ed intestarsi schede sim.

Come emerso durante una conversazione, infatti, capita che alcuni migranti ricorrano per particolari motivi, anche nella seconda fase di accoglienza, all'utilizzo di operatori di telefonia mobile virtuale (tipo Lycamobile), le cui sim sono facilmente reperibili nel commercio nero e

offrono la possibilità di fare chiamate internazionali a costi notevolmente ridotti (a partire da 4-5 euro al mese)⁶⁷.

La disponibilità di connessione legata a quella economica, la conoscenza di alcune applicazioni, il dover chiamare spesso all'estero, sono elementi che emergono all'interno di ogni gruppo intervistato e che vengono presentati come "ostacoli" importanti nella loro quotidianità, in quanto impediscono, a volte, il completo accesso alla Rete limitando loro la possibilità di comunicare oltreconfine.

Nell'ambito migratorio occorre prestare particolare attenzione all'infrastruttura digitale: connessione e possesso di un cellulare non sono condizioni sufficienti per decretare che un migrante abbia a disposizione la nostra stessa quantità di informazioni.

Informazione e connettività, a differenza di alcuni luoghi comuni riscontrabili ancora nella stampa quotidiana, non sono affatto da considerarsi "beni di lusso", ma più correttamente beni di prima necessità, utili a soddisfare importanti bisogni e diritti come appunto quello di comunicare e ricevere notizie corrette e aggiornate (Cheesman 2016; Connor 2017).

Come dichiarato da un intervistato:

« Prima di arrivare in Italia sono stato in Germania, ho viaggiato molto da solo. A volte non mangiavo perché dovevo risparmiare soldi per muovermi e cercare a tutti i costi delle zone dove erano presenti strumenti per ricaricare la batteria del cellulare (*e-station*)⁶⁸» (D1, Pakistan).

Nella loro condizione le tecnologie sociali e digitali diventano vere e proprie "tecnologie di sopravvivenza", utili al mantenimento dell'identità personale e a supportare l'intero viaggio, consentendo ai migranti di mantenere i legami sociali e familiari.

Le fasi del progetto migratorio e la quotidianità di un immigrato, anche una volta giunto nel paese ospitante, sono sempre caratterizzate da un'infrastruttura digitale che merita di essere approfondita.

⁶⁷ Come precisato dai responsabili delle strutture in fase di prima accoglienza vengono distribuite delle sim "speciali" ai migranti chiamate *e-card* (o *pick card*) con 15 euro di ricarica inclusi, abilitata per una sola chiamata internazionale. Questo avviene per consentire al soggetto appena arrivato di contattare immediatamente i suoi familiari e aggiornarli sulla propria situazione attuale. Nella seconda fase di accoglienza (SIPROIMI), i migranti organizzano e gestiscono in maniera del tutto autonoma la propria comunicazione, senza nessun tipo di limite e controllo esterno, dall'utilizzo dei servizi online, alle chat, dall'iscrizione ai siti ai costi di telefonia.

⁶⁸ L' *e-station* o le *phone charging station* sono stazioni con funzione di carica batterie per dispositivi elettronici digitali e/o postazioni pubbliche che permettono di connettersi e navigare online, disponibili pubblicamente in determinate zone urbane con maggiore flusso turistico.

La letteratura scientifica ha descritto per molto tempo le migrazioni internazionali come un fenomeno radicale e traumatico (Achotegui 2000; Ramos 2004; Lechner 2007; Kulwicki, Ballou 2015) responsabile della rottura dei legami sociali e dei rapporti con la comunità d'origine.

Le tecnologie della comunicazione, oltre ad essere una necessità, assumono un'ulteriore importante valenza, quella di “tecnologie di comunità”, ambienti virtuali capaci di connettere socialmente, cognitivamente ed emotivamente soggetti dispersi geograficamente, in grado di mantenere reti transnazionali e creare informazione/comunicazione a livello globale (Dekker, Engbersen 2012; Cheesman 2016; Connor 2017).

Questi nuovi strumenti facilitano e supportano l'organizzazione del viaggio e tutta l'esperienza migratoria dei “migranti digitali”, ma non va sottovalutata la questione sicurezza: l'uso inconsapevole dei *devices* può determinare, come si vedrà più avanti, diversi livelli di rischio tecnologico .

Le reti migranti, create e supportate principalmente dai social media, possono essere interpretate come un insieme di legami e relazioni che possiamo in questo caso distinguere in: *legami “forti”*, in quanto principalmente basati sulla parentela o su una comunità di origine condivisa, *legami “deboli”* o “*dispersi*”, perché una volta lasciato il proprio paese le relazioni sono meno vincolanti di quelle tradizionali e abbracciano diversi gruppi sociali e “*nuovi legami*”, in quanto, grazie al web, si allarga notevolmente il capitale informativo disponibile.

La dimensione digitale all'interno delle reti migranti, guida il passaggio da un tipo di comunicazione “asincrona - puntuale” a una comunicazione “sincrona - diffusa”, forme di comunicazione che rientra nel concetto di *Connettophraphy*, neologismo indicante il peso geopolitico di fattori come le ICT che superano le frontiere statali (Khanna, 2016).

L'era elettronica - digitale ha dato inizio a quel fenomeno definito “catena di migrazioni”⁶⁹: per molto tempo numerosi economisti hanno descritto la decisione di migrare come un semplice calcolo economico (quanti soldi una famiglia stava guadagnando a casa rispetto a quanto avrebbe potuto fare all'estero migrando), piuttosto che indagare sul ruolo delle relazioni familiari, sociali e dei media.

Oltre ai processi di larga scala, come cambiamenti climatici, povertà o conflitti, la possibilità di vedere (e andare) oltre il proprio confine grazie alla natura interattiva e trasparente dei nuovi media e la possibilità di costruire una connessione/relazione costante con altri migranti al di fuori della

⁶⁹ Lind D. (2018), “What chain migration really means — and why Donald Trump hates it so much”, testo disponibile al sito: <https://www.vox.com/policy-and-politics/2017/12/29/16504272/chain-migration-family-how-trump-end>.

propria famiglia e comunità, ha spinto molti giovani a muoversi e a scegliere la propria destinazione in modo selettivo, informato e ragionato, seguendo il percorso suggerito, attraverso le piattaforme digitali, da chi ha già raggiunto quella specifica destinazione che rientra nel proprio progetto migratorio personale (Cheesman 2016; Cusimano, Mercatanti 2017).

Sulla base di quanto descritto, riprendendo il pensiero di Bordieu (1972), si potrebbe riconoscere, all'interno delle reti dei migranti, una sorta di “ capitale sociale -digitale”, un insieme di risorse rappresentate da un lato, dalle reti relazionali degli individui che nascono e si rafforzano all'interno degli spazi digitali e dall'altro, da quei migranti (in questo caso specifico) che investono molto del loro tempo online, consumando contenuti mediali e accumulando conoscenze e competenze.

Prendendo a riferimento studi già condotti sulla materia (Dekker, Engbersen 2012; Chhesman 2016;) è stato possibile individuare quattro funzioni nel rapporto tra *network* migratorio e nuovi media: -*mantenimento del network personale* (legami forti), -*rafforzamento del network personale* (legami deboli), -*attivazione del network personale* (nuovi legami), *spazio informativo open source*; le prime tre riguardano attivazione, riattivazione e mantenimento del capitale sociale - digitale, la quarta, l'infrastruttura informativa dei nuovi media che consentono la ricerca di notizie e la possibilità di formarsi e informarsi in Rete.

La prima funzione considera la possibilità, da parte dei migranti geograficamente dispersi, di mantenere dei contatti diretti con la propria rete personale familiare/amicale attraverso una comunicazione digitale, sincrona, che permette di sentirsi vicini e vedersi senza limiti spazio-temporali.

Vi sono ormai numerose piattaforme o applicazioni che permettono questo e molte sono utilizzate dal campione intervistato per scopi differenti.

Skype, ad esempio, è un programma di messaggistica istantanea che offre la possibilità di chattare, telefonare, scambiare file e salvare le conversazioni gratuitamente attraverso un sistema *peer to peer*; fu creato nel 2003 in Estonia da Jaan Tallin, Ahi Heinla e Pit Kasesal ed è oggi tra i sistemi di comunicazione a distanza più usati al mondo e ricopre un ruolo cruciale anche per soggetti migranti:

« Skype secondo me è la migliore piattaforma che finora ho utilizzato ed è un punto di riferimento per comunicare a distanza, è uno strumento importante “come l'oro” perché mi permette di contattare mia madre e mia sorella quando voglio e parlare con loro a lungo guardandole negli occhi» (F2, Nigeria).

Anche altri intervistati sono soliti contattare i loro amici e parenti rimasti nel loro paese di origine usando Skype a volte, ma preferiscono l'utilizzo di Viber⁷⁰:

« Si conosco Skype, ma preferisco Viber per le videochiamate soprattutto. Mi sembra molto più sicuro rispetto a molte altre piattaforme» (A3, Iraq).

Quest'ultimo aspetto riguardante la sicurezza online, che influisce poi sulla scelta della piattaforma da usare, è emerso più volte in quasi tutti i gruppi intervistati.

Viber, infatti, non richiede necessariamente di registrarsi e farsi un account personale, ma è necessario inserire il proprio numero di telefono per chattare e fare chiamate; inoltre, mentre l'uso di Skype è possibile sia tramite cellulare, sia da computer, Viber nasce principalmente per smartphone e presenta una maggiore stabilità su banda non larga e una gestione sicuramente migliore del segnale e della chiamata audio-video.

Per quanto riguarda la seconda funzione individuata, il rafforzamento della propria rete di contatti, tra *digital devices* più utilizzati troviamo WhatsApp e Facebook, entrambi spazi comunicativi facilmente attivabili collegandoli alla rubrica del proprio telefono, gratuiti e pienamente funzionanti con internet attivo o wi-fi. A differenza delle precedenti queste applicazioni vengono usate come sistemi di comunicazione "interna" ed "esterna".

WhatsApp, in particolare, oltre che come medium di dialogo tra coetanei all'interno della struttura, viene utilizzato anche come "mezzo ufficiale" di comunicazione tra migranti e operatori sociali che inviano loro comunicazioni (allegati, file audio, link di *news*, pdf di decreti, normative ecc..), avendo creato anche un gruppo comune di lavoro dove condividere le informazioni:

« Se cambia il programma della nostra giornata la responsabile ci invia tutto direttamente nel gruppo WhatsApp: file, foto, audio (...) Raramente utilizziamo le email, io per esempio, nemmeno ce l'ho un indirizzo personale. Tutte le comunicazioni che riguardano i permessi di soggiorno, orari delle attività, gli appuntamenti .. tutto finisce nel gruppo così siamo aggiornati allo stesso modo» (I3, Iran).

Facebook, invece, è quel medium che racchiude tutte le funzioni fin qui riportate.

Il suo utilizzo consiste nel tenersi in costante contatto con amici e parenti lontani, così come con conoscenti presenti nel territorio marchigiano e rimanere aggiornati sulla loro condizione

⁷⁰ Si tratta di un proprietario che offre un'applicazione VoIP di messaggistica istantanea. È una delle piattaforme più diffuse che permette, a titolo del tutto gratuito, di effettuare telefonate e inviare messaggi di testo, con immagini ad alta definizione, tramite WiFi o reti che siano almeno 3G.

attraverso la visione di foto e messaggi pubblicati nella loro bacheca personale o semplicemente scorrendo le informazioni che normalmente appaiono nella *timeline* di ogni singolo utente “amico”.

Parallelamente diviene una piattaforma di riferimento per avere una visione del mondo in pochi secondi attraverso la lettura di *news* (supportata dall'utilizzo di *tools* per traduzione automatica), seguendo le pagine di cantanti o attori famosi nei loro paesi d'origine, cliccando qualche articolo in italiano inerenti tematiche che li hanno particolarmente colpiti o personaggi pubblici di cui hanno sentito parlare da coetanei e operatori presenti nelle strutture.

Come dichiarato da due intervistati:

« Un mio amico, che abitava poco lontano da casa mia, pubblica ogni giorno qualcosa su Facebook: un video con mio nipote, una canzone, una foto di famiglia (...) Seguendo il suo profilo so se lui e famiglia stanno bene , addirittura a volte, scorrendo la sua bacheca, vengo a conoscenza dei fatti che accadono nel mio paese ancora prima di chiamarlo» (G4, Senegal).

« Utilizzo molto Facebook (...) ogni volta che mi collego so tutto del mondo in pochi secondi. Alcuni giorni se non siamo impegnati ci passo almeno un'ora o due a leggere i post e a guardare le notifiche che mi arrivano» (C6, Pakistan).

La terza funzione vede sempre protagonista il social network Facebook come medium di attivazione del *network* personale:

« Mi capita alcuni giorni di ricevere messaggi sull'app Messenger di Facebook da parte di persone che vogliono arrivare in Italia, o che si trovano come me in altre strutture, ma al Nord del paese (...) spesso ci sentiamo e ci confrontiamo raccontando le nostre esperienze e i nostri sogni.» (B1, Ghana).

« Appena arrivato ad Ancona non conoscevo nessuno. Ho trovato su Facebook dei gruppi online aperti di ragazzi nella mia stessa condizione con una storia simile. Li ogni giorno ci sentiamo, ci scambiamo informazioni su come trovare lavoro, su come tornare presto a casa dalla nostre famiglie » (F2, Nigeria).

Oltre a rafforzare le proprie relazioni online i social network permettono di entrare in contatto con soggetti sconosciuti, anche di nazionalità diverse e soprattutto già presenti nello stesso paese di destinazione, che raccontano le loro storie ed esperienze di vita, all'interno di gruppi online, molto simili a quelle dei soggetti coinvolti nella ricerca.

Quello che emerge è una forma di socializzazione ispirata a principi di solidarietà e mutuo soccorso che ha luogo nello spazio digitale e ricorda quei tradizionali luoghi di aggregazione degli stranieri come piazze e stazioni, dove i nuovi arrivati si recavano per ottenere le prime informazioni sul paese d'accoglienza rivolgendosi a persone che magari parlavano lingue diverse, ma avevano la

medesima condizione sociale. I vecchi legami familiari e le nuove reti amicali si mantengono o si costruiscono attorno, con e all'interno degli ambienti digitali.

Nelle tre funzioni finora analizzate emergono due aspetti che caratterizzano la rete dei “migranti digitali”: una forte coesione e un alto livello di “solidarietà etnica”.

L'interazione online avviene esclusivamente all'interno dei gruppi, con familiari- amici o con gli operatori delle cooperative; tutti gli intervistati hanno dichiarato di rispondere in chat o iniziare un dialogo online esclusivamente con persone che rientrano tra i loro contatti personali (anche conosciuti online), ma che presentano sempre e comunque storie di vita simile alla loro.

Chiamate, messaggi, contenuti provenienti da fonti sconosciute e che non presentano caratteristiche simili alla storia migratoria dei giovani intervistati vengono ignorati o cancellati prima ancora di visualizzarli⁷¹.

Interessante evidenziare come tutti i partecipanti alla ricerca siano stati fin da subito concordi nell'affermare come non rientri nel loro modo di comunicare online il relazionarsi con persone sconosciute o comunque estranee al loro *network*, così come non siano soliti consultare siti o contenuti che non siano stati inviati o suggeriti dagli operatori o dai loro amici-familiari.

La quarta funzione individuata, infine, riguarda proprio l'utilizzo dello spazio informativo aperto usato dai migranti per informarsi e formarsi.

Il rapporto con l'informazione, in parte anticipato sopra, è un tema che emerge spesso durante le interviste.

Per quanto riguarda l'informazione italiana, tutti i partecipanti al *focus group* hanno dichiarato di informarsi o tramite Facebook o attraverso le pagine online di RaiNews 24 e di Skytg24, alcune di queste in molti casi suggerite dagli operatori.

Come emerso già dai precedenti risultati del questionario online condotto sul rapporto tra giovani e informazione (cap.5), anche i giovani immigrati tendono ad utilizzare principalmente i media tradizionali come radio e tv durante la giornata, ascoltando e guardando i telegiornali sui canali Mediaset e Rai o tenendosi informati anche attraverso la visione di qualche *talk show* sul canale

⁷¹ Queste affermazioni valgono però solo per quanto riguarda la ricezione di chiamate o messaggi una volta arrivati in Italia e inseriti nelle strutture d'accoglienza. A tal proposito si è avanzata la domanda circa l'utilizzo del web per l'organizzazione del loro viaggio verso il paese di destinazione, ma la maggior parte del campione si è rifiutato di rispondere o ha risposto negativamente. Solo nel secondo gruppo (B) due intervistati malesi hanno affermato di aver usato Facebook per “accelerare la partenza” dal loro paese di origine senza fornire ulteriori dettagli. Uno dei responsabili delle strutture d'accoglienza ha confermato però come tutti i soggetti ospitati abbiano percorso in qualche modo vie illegali per uscire il prima possibile dal loro paese. Nonostante siano a conoscenza dei rischi, molti di loro hanno organizzato il viaggio usufruendo delle informazioni ricevute tramite passaparola o lo scambio di messaggi via chat con soggetti a loro sconosciuti, il cui contatto era stato suggerito da loro coetanei già in viaggio. Più avanti questo tema verrà approfondito in maniera teorica sulla base della letteratura internazionale al momento disponibile.

La7, ad esempio, dove molto spesso vengono intervistati o ospitati tra il pubblico ragazzi e imprenditori immigrati:

« Il giovedì sera, se non sbaglio, c'è una trasmissione che mi piace molto (..) L'inverno, quando la sera fa freddo stiamo a casa e, invece che chiamare sempre le nostre famiglie, a volte ci mettiamo insieme a commentare la politica in tv sul canale LA7 che spesso parla degli sbarchi o di Salvini» (A3, Senegal).

« Di solito a colazione guardiamo tutti insieme il telegiornale di Rai 2 o Rai 3 perché parla molto di immigrazione. Ci sono numerosi servizi con immagini e quindi riusciamo a seguire bene quello che dicono anche se qualche parola non la capiamo, si prova comunque ad imparare l'italiano anche così» (E1, Ghana).

L'informazione italiana sul tema immigrazione è solita soffermarsi soprattutto sulla narrazione degli sbarchi da parte di immigrati provenienti dai territori del centro e del nord Africa, e non è un caso se, quando si è aperta la discussione sul racconto da parte dei media italiani nella fase dei *focus group*, i più critici al riguardo sono stati quei soggetti provenienti da Nigeria, Mali, Ghana e Gambia e Senegal.

La maggior parte degli intervistati si è aperta alla discussione provando a suo modo a rispondere e commentare (nonostante le difficoltà linguistiche) alcune idee e comportamenti razzisti provenienti dal mondo politico - istituzionale, sottolineando però come nei piccoli Comuni dove si muovono quotidianamente non si siano mai verificati casi di xenofobia, anche perché è molto scarsa l'interazione con gli altri cittadini stranieri e gli autoctoni.

«A volte in televisione dicono che rubiamo soldi e lavoro. Noi ci aiutiamo tra di noi qui seguendo le indicazioni degli operatori. Non diamo fastidio a nessuno, anche perché non conosciamo e non parliamo quasi mai con le persone italiane della città, a meno che non siano i nostri operatori » (C2, Gambia).

Ancora più forte è invece il rapporto con l'informazione riguardante il loro paese di origine.

Molti degli intervistati seguono le pagine Facebook o le *newletters* provenienti dai siti dei media locali (pakistani, senegalesi ecc..) per commentare e approfondire poi i casi di cronaca durante le conversazioni con i loro familiari.

Sono consapevoli delle problematiche economiche e politiche presenti attualmente nelle loro terre, qualcuno ha familiari malati, altri hanno raccontato di aver saputo della morte di un proprio caro durante una conversazione Skype, commuovendosi durante l'intervista.

Come sottolinea un ragazzo malese:

« Mia sorella è malata da tempo e il governo non fornisce nessun aiuto. Nel villaggio da dove provengo non c'è sicurezza, a volta manca addirittura l'acqua per lavarsi (..) Spero mi aiutino velocemente a trovare lavoro qui oppure tra un anno me ne vado in Germania, (..) a casa servono soldi» (B3, Mali).

Un utilizzo costante dei social media e della Rete in generale viene fatto anche per formarsi e cercare autonomamente annunci di lavoro.

La piattaforma YouTube, ad esempio, viene utilizzata nel tempo libero per ascoltare musica, ma anche per imparare o rafforzare la conoscenza della lingua italiana, parallelamente ai corsi di lingua frequentati e suggeriti dai responsabili delle strutture. Molti canali social offrono video tutorial gratuiti che permettono di studiare le basi della grammatica italiana e applicarla poi agli esercizi in forma orale, mentre per chi possiede già un buon livello di conoscenza, è possibile scaricare con facilità e in autonomia materiale di studio più complesso, come schede con racconti e testi da leggere o dei manuali in formato *ebook* o ancora iscriversi a corsi gratuiti online per approfondire parallelamente la conoscenza dell'informatica o della cultura/cucina italiana.

Ognuno di questi aspetti è molto utile per i migranti affinché possano inserirsi, nella maniera più veloce possibile, terminate tutte le procedure amministrative di regolarizzazione, nei più diversi settori del mondo del lavoro offerti dal territorio marchigiano.

Conoscendo però le tempistiche delle pratiche amministrative e la complessità delle procedure burocratiche sono soliti anche iscriversi alle piattaforme che offrono quotidianamente annunci di lavoro specifici con servizio giornaliero di *newsletter* sull'ambito lavorativo preselezionato, sperando così di accelerare l'inserimento lavorativo: *Infojobs* e *Indeed*, sono i siti più utilizzati

Come precisato da un intervistato:

« Molti suoni della lingua italiana li ho imparati ripetendoli da YouTube (..) Se sappiamo bene l'italiano, ci hanno detto, l'inserimento lavorativo sarà più veloce. (..) L'altro giorno mi è arrivata una notifica online in merito ad un corso di un mese per pizzaiolo, a Senigallia (..) devo capire ora se e quando posso iniziare» (G1, Pakistan).

Non riuscendo però nell'immediato a confrontarsi e a mettere in pratica le conoscenze acquisite fin da subito, gli stessi intervistati ammettono di sentirsi particolarmente "soli", a volte, nell'intraprendere decisioni così importanti su alcuni percorsi o attività formative utili nella loro situazione attuale. Per questo motivo molto viene fatto in maniera frammentata e autonoma e nel tempo, tale condizione, potrebbe suscitare un sentimento di sfiducia ancora maggiore tra migranti, comunità e istituzioni locali.

Chi già vive da anni quella situazione di attesa nutre maggiormente questa specie scetticismo e ciò va a scontrarsi con un'idea di Italia che prima della partenza era completamente diversa:

« Quello che alcuni miei amici mi avevano detto era che l'Italia in qualche modo ci avrebbe aiutati (...) Dalle televisioni sentivamo notizie di salvataggi in mare e di persone che potevano ricominciare a vivere con un semplice lavoro (..) a me va bene tutto, l'importante ora è poter iniziare a lavorare » (H1, Senegal).

« Loro (gli operatori) si danno molto da fare per noi ogni giorno. Però a volte ci ritroviamo senza fare nulla o a conversare online pomeriggi interi con i nostri familiari. Vorremmo organizzarci in maniera autonoma e poter lavorare da subito, sono anni che aspettiamo risposte dalla politica» (F5, Nigeria).

Come accennato in precedenza, i rapporti con le istituzioni locali e con la comunità sono piuttosto scarsi sul territorio, alcune iniziative a carattere interculturale non hanno avuto l'esito sperato, spesso sono gli operatori e i responsabili a riferire ai migranti se ci sono novità per quanto riguarda il mondo del lavoro, i permessi di soggiorno, i progetti formativi o eventi interculturali in corso che possono coinvolgerli attivamente.

Il web e i social media si configurano come spazi aperti e interconnessi e proprio per questo favoriscono il costante contatto con amici e familiari diminuendo il livello di *shock* culturale causato dalla partenza, spesso improvvisa, e dall'abbandono dei propri cari per motivi economici o politici, ma la ricerca e la costruzione di una comunicazione in rete sembra però essere aperta nella teoria e chiusa nella pratica: si riscontra infatti un evidente paradosso sulla base di quanto emerso in quest'ultima fase della ricerca.

Messaggi, informazioni e contenuti di varia natura vengono scambiati esclusivamente con soggetti conosciuti e con caratteristiche simili (storia, lingua, paese di provenienza ecc.), dai *focus group* non emergono casi rilevanti e nemmeno tentativi di costruire, da parte dei migranti, una comunicazione con gli operatori che vada al di là dell'ambito lavorativo, così come è assente qualsiasi forma di relazione online/offline con la cittadinanza e gli autoctoni del Comune che ospita la struttura d'accoglienza.

Una chiusura nello spazio sociale che tende a emergere con maggiore evidenza nel rapporto con i social media e con i Comuni ospitanti dove ogni giorno i ragazzi migranti svolgono le attività loro assegnate.

Tutto quello che riguarda gli aspetti amministrativi e istituzionali viene gestito da operatori e responsabili delle strutture, non emergono particolari elementi di conoscenza e di partecipazione nel singolo territorio da parte dei soggetti intervistati, se non la possibilità di prendere parte a progetti e

manifestazioni organizzate dalle cooperative stesse, ma che, come evidenziato nel capitolo precedente, offrono scarse possibilità di incontro e cooperazione tra autoctoni e stranieri e pochi risultati in termini di politiche di inclusione sociale.

Quello che i migranti conoscono della loro condizione, della politica italiana e dell'atteggiamento degli italiani nei confronti dei migranti, è il frutto di un mix di informazioni che ricavano dai media nazionali - locali e dal passaparola tra coetanei e conterranei all'interno della struttura d'accoglienza o nei social network.

Il sistema media si presenta, dunque, utile per orientare e promuovere capitale di rete inteso come insieme di legami e relazioni con il paese di origine, ma è ancora poco funzionale nel coinvolgimento del soggetto immigrato alla vita sociale con il rischio di alimentare situazioni di isolamento e di partecipazione pubblica.

Un effetto che in questa sede si è ritenuto opportuno definire con l'espressione "tribalizzazione capovolta", una situazione dove non è l'autoctono a tenere lontana la presenza dell'immigrato, come spesso emerge dal discorso pubblico, ma è quest'ultimo a rimanere estraneo alla dimensione comunitaria a causa della mancanza di una certezza lavorativa e di un sostegno economico adeguato, della lontananza dalla propria famiglia d'origine e della sua scarsa capacità di relazionarsi nel nuovo contesto per l'assenza, spesso, di abilità linguistiche, culturali e tecnologiche.

Tab. 7.2 Capitale sociale - digitale e *network* migratorio

<i>Funzioni</i>	<i>Tipo di comunicazione</i>	<i>Medium utilizzato</i>
Mantenimento del <i>network</i> personale	Comunicazione sincrona, digitale e reale	Skype, Whats App, Viber, Instagram
Rafforzamento loro contatti sia nel nuovo paese che nel territorio d'origine	Creazione di contatti a catena	Facebook , WhatsApp (Telegram)
Attivazione del <i>network</i> personale	Costruzione di relazioni interpersonali	Facebook /Messenger (virtual community)
Accesso a spazio informativo <i>open source</i>	Ricerca notizie, formazione e contatti personali	Mezzi di informazione, dati pubblici, file multimediali, piattaforme aperte (YouTube. <i>Infojobs, Indeed..</i>)

7.4 I rischi tecnologici per i migranti⁷²

L'utilizzo costante delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione in ambito migratorio possono presentare aspetti positivi, finalizzati a migliorare i percorsi di inclusione sociale o i rapporti tra immigrati e comunità locali, ma anche negativi: fenomeni come quello dell'emarginazione sociale - digitale e del *digital smuggling* (traffico digitale di migranti) ne sono un esempio.

Mentre nella fase pre-migratoria per alcuni l'accesso alla Rete non era affatto scontato per questioni legate alla *governance* e allo stato di povertà del proprio paese d'origine, in Italia i soggetti migranti generalmente non riscontrano questo tipo di problema, ma si trovano a dover superare barriere molto più preoccupanti legate all'uso della tecnologia che non sono di tipo tecnico, ma hanno a che vedere con fattori culturali e sociali e, nella maggior parte dei casi, non è previsto nessun tipo supporto a livello locale da parte delle istituzioni.

Il problema legato al *digital divide*, infatti, nella fase post-migratoria si traduce, nel caso specifico in esame, in:- “barriera della diversità culturale”, con soggetti analfabeti nella loro stessa lingua d'origine o che non parlano né italiano, né inglese e non riescono a socializzare all'interno della realtà ospitante; - “barriera economica” legata ai costi delle sim e delle ricariche telefoniche in assenza di wi-fi; - “barriere sociali”, riguardanti l'ulteriore chiusura del soggetto migrante nei confronti della nuova comunità e la difficoltà nel comunicare con i propri cari.

La comunicazione è un bisogno fondamentale per il “migrante digitale” che può incidere anche sul suo stato di salute: l'assenza di contatto prolungato con le proprie famiglie d'origine, così come l'attesa di un lavoro, è una questione da non sottovalutare.

Vi è il rischio che i processi di marginalizzazione generino nel migrante gravi casi di sofferenza psicologica, aggressività e autolesionismo. Tali comportamenti vanno ad aggiungersi spesso alla presenza di ferite spesso invisibili come traumi che compaiono nel tempo e che riportano alla mente le violenze subite, il dramma di un viaggio rischioso o la morte di amici e familiari (Achotegui 2005; IOM 2020).

⁷² Alcuni aspetti presenti in questo paragrafo sono stati affrontati anche all'interno di due contributi scientifici pubblicati durante il percorso di dottorato: Buoncompagni G. (2019), Connectivity and global information. The digital side of immigration in *Socioscapes. International Journal of Societies, Politics and Cultures n.1*, PM edizioni, pp.223-234; Buoncompagni G. (2020), Cyber-Risk, Cyber-Migration. For A New Human Geography and Security, in *Sicurezza, Terrorismo, Società n.11*, .pp. 157-177.

Ai numerosi possibili traumi si aggiunge un'altra questione presente in tutto il percorso migratorio, anch'essa troppo spesso sottovalutata dalle autorità competenti.

A prescindere dalla rotta, dal paese d'origine e dalla destinazione, chi decide di migrare rischia di imbattersi nel *racket* dei trafficanti di esseri umani che, nella maggior parte dei casi, decidono tempi, costi e modalità di un viaggio molto spesso improvvisato, senza possibilità di negoziazione.

Recenti dati Europol (2016) mostrano come il 90% degli immigrati che arriva in Europa si affidi alla criminalità organizzata per la logistica e come il viaggio generalmente avvenga via terra con regolari mezzi pubblici o privati (come bus, treni, camion) o via mare (ad es. un gommone di 8-10 metri dove vengono imbarcate dalle 30 alle 40 persone); si stima, inoltre, che nelle rotte migratorie verso l'Unione Europea ci siano circa 250 *hotspot* illegali per la raccolta e lo smaltimento dei migranti.

Il *network* dei trafficanti copre oltre cento paesi: nel 2015 il giro d'affari nelle tratte di immigrati è stato di 6 miliardi di dollari e il costo medio pro-capite di un viaggio clandestino dall'Africa o dall'Asia verso il Vecchio Continente oscillava tra i 3 mila e i 10 mila dollari⁷³.

Le Nazioni Unite (2000) definiscono il traffico di persone come un'attività criminale organizzata, che ha luogo oltre i confini nazionali e che consiste nel reclutamento, nel trasporto, trasferimento o nella ricezione di persone, mediante la minaccia o l'uso della forza o altre forme di coercizione, di rapimento, di frode, di inganno, di abuso di potere, ricevendo pagamenti o benefici per ottenere il consenso di una persona che ha il controllo su un'altra, a scopo di sfruttamento della prostituzione altrui o di altre forme come quella sessuale, lavoro forzato o schiavitù compresa la rimozione e vendita di organi⁷⁴.

I trafficanti gestiscono questo business redditizio, facendo uso oggi anche delle ultime tecnologie disponibili per celare le loro attività criminali; il successo della Rete ha quindi fornito non solo un accesso rapido alle informazioni, ma suggerito modi più rapidi ed efficienti per far funzionare il crimine organizzato. Secondo l'Fbi nell'84,3% dei casi i trafficanti usa internet per la tratta di migranti e lo sfruttamento sessuale, pubblicizzando le vittime ai clienti su vere e proprie piattaforme (Lambruschi, 2019).

⁷³ Generalmente i metodi di pagamento utilizzati sono i contanti (52%), *hawala* (20%), *money transfer* (2%), sfruttamento della manodopera immigrata (0,2%).

⁷⁴ United Nations Office On Drugs And Crime (2004), *United Nations Convention Against Transnational Organized Crime And The Protocols Thereto*, testo disponibile al sito: <https://www.unodc.org/documents/treaties/UNTOC/Publications/TOC%20Convention/TOCebook-e.pdf>.

Nell'epoca pre-digitale la figura del trafficante deteneva un enorme potere e poteva essere contattato esclusivamente attraverso intermediari che offrivano servizi perlopiù oscuri e richiedevano una buone dose di fiducia a chi decideva di fare affidamento a loro (Schiesaro, 2018).

Usufruento dell'infrastruttura digitale il trafficante si muove all'interno dello spazio pubblico e i servizi offerti sono moltiplicati e di gran lunga più visibili all'interno di canali come Twitter e Facebook, che promuovono pagine e informazioni di carattere promozionale legate a città europee (mete di immigrazione) o ai mezzi di trasporto più economici per raggiungerle attraverso generosi pacchetti offerta.

I *digital smugglers* dunque non forniscono solo supporto al viaggio migratorio (operazione riconducibile alla figura del cosiddetto “scafista”), non commerciano esseri umani (*human trafficking*), ma espongono servizi e “pacchetti viaggio” applicando strategie di marketing nel *dark web*⁷⁵.

I risultati dell'analisi investigativa fornita da Europol (2016) e Frontex (2017) hanno evidenziato come in Rete siano presenti pagine in lingua araba e gruppi online chiusi, gestiti da amministratori facenti capo una “rete interetnica” di trafficanti con elementi comuni finalizzati ad attirare l'attenzione dei migranti interessati a raggiungere le destinazioni europee più velocemente, evitando controlli alle frontiere. Tra i più ricorrenti troviamo: -immagini specifiche (bandiera europea o riproduzione di un visto); -dicitura “Visa Schengen” (nell'oggetto del post o nel nome del profilo della pagina); -richiesta di contatto solo tramite applicazioni mobili o social network (come Viber o WhatsApp difficili da intercettare).⁷⁶

A partire dal 2015 la criminalità organizzata ha fatto ampio uso dei documenti d'identità falsi, consentendo a molti immigrati illegali di presentarsi come finti richiedenti asilo.

Uno dei fulcri di questo *hub* di falsari internazionali era il gruppo online formatosi attraverso Facebook (oggi oscurato), con oltre 120 mila iscritti, dal nome *The Travel's Platform*. All'interno della pagina venivano fornite indicazioni su percorsi da seguire, *news* dell'ultima ora sulle partenze e, soprattutto, mettevano in contatto trafficanti con potenziali clienti (Europol, 2016).

Una volta concordati i termini dell'operazione, in poche settimane, un qualsiasi soggetto di origine albanese o kosovara (a rischio di respingimento alle porte UE perché non vittima di guerre e

⁷⁵ Parte minore del *deep web* non indicizzata dai comuni motori di ricerca.

⁷⁶ “Asilo e immigrazione”, “*Travel aid*”, “La strada per l'Europa” sono solo alcuni dei nomi delle pagine, ora chiuse dalle autorità europee, che sottoforma di agenzia online offrivano informazioni, visti, passaporti e “pacchetti viaggio”. La maggior parte di queste contavano più di 20.000 iscritti. La pagina “Come emigrare in Europa” (40.000 iscritti) offriva supporto per la rotta Istanbul-Salonicco al prezzo di 1900 euro, con un possibile sconto del 50% per famiglie con bambini sotto i 5 anni di età.

non proveniente da paesi in conflitto) poteva provare ad entrare in Europa come richiedente asilo ed essere accolto come rifugiato avendo in mano un passaporto siriano.

Da un punto di vista geografico, le vie del traffico di esseri umani coincidono con quelle che consentono il trasporto di droghe, armi e qualsiasi altro prodotto illegale, e all'interno di questo spazio, operano bande criminali che cooperano mettendo a disposizione servizi e basi logistiche come veri e propri attori geo-politici e policriminali.

Come ogni affare, anche quello dell'illegalità segue le leggi del mercato, infatti, negli ultimi anni è aumentata la domanda da parte di immigrati che chiedono servizi e prestazioni per arrivare in Europa e l'offerta della criminalità non è tardata ad arrivare.

Tra il 2014 e 2015 la percentuale dei sospetti falsari è passata dal 3% al 18% e i documenti principalmente richiesti per gli immigrati non erano passaporto o carta d'identità, ma i cosiddetti *breeder documents* (certificato di nascita, matrimonio, permesso di soggiorno) utili per ottenere in modo fraudolento lo status di rifugiato per visti d'ingresso e permanenza di lungo periodo (Connor, 2017).

Da sottolineare come tempi e tariffe, così come le modalità di pagamento imposte dai trafficanti, mutino continuamente a seconda delle vie di percorrenza per raggiungere illegalmente l'EU; negli ultimi anni la rotta balcanica e quella del Mediterraneo centrale sono state le più dibattute e ogni volta il *modus operandi* adottato è stato differente.

La complessità di tali dinamiche criminali viene illustrata chiaramente in un recente rapporto dal titolo *Surf and Sound*⁷⁷ dove si sottolinea come il traffico di migranti, con l'esplosione di internet, sia oggi in rapida espansione, oltre che un'attività molto redditizia; viene evidenziato, inoltre, come i social media siano impiegati in modo massiccio per organizzare operazioni di reclutamento e trasporto dei migranti nei paesi di origine/transito, sia in quelli di destinazione.

Tali attività illegali coinvolgono soggetti di nazionalità differenti con un buon livello di conoscenza delle normative nazionali, sovranazionali ed internazionali legate alle procedure per la richiesta di asilo (Connor 2017; Schiesaro 2018).

All'interno di queste dinamiche ancora una volta ogni supporto tecnologico può rivelarsi una risorsa per il migrante in viaggio o con un progetto migratorio già strutturato. La connessione per poter utilizzare il GPS e controllare le rotte suggerite, così come la disponibilità di schede sim e ricarica batterie, infatti, divengono "bisogni primari" per la riuscita della traversata via terra o via mare. Nel 2017 l'Alto Commissario della Nazioni Unite ha distribuito ai rifugiati siriani presenti in

⁷⁷ Di Nicola A, Baratto G. , Martini E. (2017), *Surf and Sound. The Role of The Internet in People Smuggling and Human Trafficking*, testo disponibile al sito: <http://www.surfandsound.eu/>.

Giordania circa 33 mila schede sim e 85 mila stazioni di ricarica portatili alimentati a energia solare che possono anche essere utilizzati per la ricarica dei dispositivi mobili⁷⁸.

Tab. 7.3 Rischi tecnologici per i “migranti digitali”

<i>Digital divide:</i>	-barriera diversità culturale -barriera economica -barriera sociale
------------------------	---

<i>Digital smuggling:</i>	-reclutamento/sfruttamento -frode / furto dei dati
---------------------------	---

7.5 Verso una gestione e/o una sorveglianza digitale delle migrazioni?

Di fronte a tale scenario è necessario però evidenziare come la tecnologia potrebbe essere ripensata anche come medium strategico applicabile alle politiche sociali - interculturali e alla gestione dei flussi migratori, soprattutto nei casi di illegalità ed emergenza, da parte delle istituzioni europee e da tutte le comunità e le organizzazioni non governative anche a livello locale.

Il panorama dell'aiuto umanitario, in particolare, ovvero quella tipologia di interventi finalizzati a soccorrere popolazioni colpite da eventi bellici o calamità naturali, sta mutando completamente nel modo di operare all'interno del mondo delle migrazioni internazionali proprio grazie all'infrastruttura digitale.

Un'inchiesta del 2015 condotta dal *New York Times* (Brunwasser, 2015) ha rivelato come gli strumenti digitali (mappe itineranti e consigli utili via social network) abbiano consentito a migliaia di esuli in marcia dai Balcani verso l'Europa di rendersi autonomi dai trafficanti e in grado di fornire le giuste coordinate *GPS* degli itinerari più sicuri, e meno controllati dalle polizie di frontiera, ai loro compagni in viaggio verso destinazioni medesime o differenti, memorizzando le mappe all'interno dei loro smartphone.

Attualmente le tecnologie di informazione permettono anche agli autoctoni impegnati nel sociale di avere un ruolo all'interno del network migratorio.

Un caso importante riguarda l'applicazione *I sea*, nata dalla collaborazione tra la Ong *MOAS* e la società *Grey for Food* (Rogers, 2016): dopo aver scaricato l'app sul proprio smartphone,

⁷⁸ Oggiano F. (2019), “Indignarsi perché i migranti hanno un cellulare è da ignoranti”, testo disponibile al sito: <https://thevision.com/attualita/migranti-cellulari-indignarsi/>.

l'applicazione cattura le immagini satellitari delle acque del Mare Nostrum e le divide in piccole porzioni, ognuna delle quali è assegnata agli utenti disponibili a monitorarla per individuare eventuali imbarcazioni di immigrati in difficoltà.

Se il controllo fornisce esito positivo attraverso *un click* è possibile allertare le autorità predisposte al salvataggio che vengono a conoscenza in tempo reale della posizione del barcone nel mare; lo scopo principale dell'applicazione è la creazione di un grande *database* capace di identificare le rotte marittime con una notevole presenza di trafficanti per arrivare alle coste del Vecchio Continente.

Esistono ulteriori esempi di “buone pratiche digitali”, al servizio di rifugiati, Ong, istituzioni ospitanti, in grado di contrastare il crimine informatico e l'immigrazione illegale.

I fratelli Mikkelsen hanno fondato nel 2008 *Refugee United* (RefUnite), una piattaforma digitale in 15 lingue che mette a disposizione degli utenti strumenti tecnologici gratuiti per unire ciò che i conflitti dividono: la propria famiglia.

Inoltre, considerando che il 50% della popolazione mondiale non ha accesso ad internet e quasi un miliardo è analfabeta (digitalmente parlando e non solo), RefUnite, in collaborazione con Facebook, ha creato una rete di accordi con radio locali e operatori mobili che consentono la diffusione di messaggi vocali di rifugiati alla ricerca di parenti e amici nei remoti villaggi rurali o nei campi profughi di grandi dimensioni.

Welcome Refugees, invece, è uno speciale *Airbnb*, dedicato ai richiedenti asilo in Germania; seguendo le istruzioni per l'iscrizione è possibile indicare all'interno del portale la propria disponibilità a ospitare un profugo presso la propria abitazione (Mente, 2017).

Servizi simili di ospitalità sono molti presenti negli Stati EU, come in Francia (dove troviamo *Calm-like at home*) e *Refugee Hero*, in Olanda, un servizio recentemente attivato e che prevede il coinvolgimento e supporto anche da parte di chiese e moschee locali; *Infomobile-Welcome 2 Europe*, gruppo di attivisti umani impegnati sul fronte della difesa dei diritti umani, ha sviluppato tre strumenti digitali con lo scopo di ridurre i rischi legati al percorso migratorio, fornendo ai profughi un'informazione costante durante il viaggio usando le nuove tecnologie (Schiesaro, 2018).

Il sito online *W2eu.info*, ad esempio, fornisce ai migranti in viaggio, e non solo, una guida web tradotta in quattro diverse lingue (arabo, francese, inglese e farsi) ed è strutturato in varie sezioni tematiche (detenzione, sicurezza in mare, minori ecc..) contenenti articoli e documenti specifici e aggiornati sulle politiche migratorie o indirizzi e contatti di organizzazioni internazionali che supportano i rifugiati.

Ulteriori strumenti sviluppati recentemente dal gruppo sono l'applicazione *Alarmphone*, una *hot line* d'emergenza utile a supportare operazioni di ricerca e recupero destinata a soggetti migranti che si trovano in situazioni d'emergenza durante l'attraversamento del Mediterraneo; *WatchTheMed*, invece, nasce come piattaforma online (è in fase di sperimentazione anche come applicazione mobile) in grado di mappare e monitorare le violazioni dei diritti umani e le morti dei migranti in mare (Schiesaro, 2018).

La mappatura non serve a prestare soccorso, ma a identificare e documentare, tramite report e testimonianze inviate attraverso chiamate telefoniche o indirizzi online, gli abusi alle frontiere allo scopo anche supportare amici e parenti delle vittime nei casi in cui si decida di intraprendere azioni legali in merito.

Da un punto di vista più istituzionale è importante ricordare come l'Alto commissariato ONU per i Rifugiati (UNHCR) stia sperimentando da tempo diversi progetti che prevedono l'applicazione ICT nella gestione e accoglienza degli immigrati umanitari.

Il *database* digitale *ProGres*, ad esempio, creato alla fine degli anni Novanta in occasione della crisi del Kosovo e aggiornato nell'ultimo quadriennio, ha l'obiettivo di raccogliere una grande quantità di informazioni dettagliate (nomi, cognomi, età, problemi di salute..) sulle persone che nel mondo hanno fatto richiesta di protezione internazionale; principalmente *Proges* è utilizzato come strumento per verificare la reale identità dei profughi incrociando le informazioni raccolte in molti campi UNHCR con dati biometrici, scansioni dell'iride, impronte digitali, evitando così di prestare aiuto ai "falsi rifugiati" (UNHCR, 2018).

Al fine di contrastare fenomeni di tratta e violenza diverse compagnie di telecomunicazione come la *British Telecom*, *Microsoft* e *Nokia* hanno lavorato, a partire dal 2018, al progetto *Tech Against Trafficking* con l'obiettivo di mappare inizialmente tutte le iniziative *hi-tech* per combattere le moderne forme di schiavitù entro il biennio 2019-2020, in seguito una volta elaborati i dati, è prevista l'elaborazione di un piano strategico di durata triennale che andrà a sostenere i progetti più efficaci (attraverso ad esempio lo sviluppo di *cloud* e applicazioni per mettere in comunicazione vittime, operatori dei numeri d'emergenza e polizia).

Quelle appena evidenziate sono i più recenti esempi di "disintossicazione" del web dalle nuove forme di devianza e violenza che colpiscono l'ambito migratorio, molte in fase ancora di sperimentazione, che dimostrano però come un utilizzo strategico e consapevole delle nuove tecnologie possa contribuire a creare una rete forte e positiva d'azione di contrasto all'immigrazione illegale e alle forme di criminalità organizzata, costituita da cittadini, istituzioni e forze di polizia.

Ripensare nuove strategie in termini di sicurezza, politiche sociali, di comunicazione e gestione dei flussi migratori, provando a contrastare il grande problema della criminalità organizzata presente ora anche negli ambienti online, è un'ulteriore sfida importante che si aggiunge a quelle già precedentemente individuate, ma che possono essere affrontate in maniera più efficace grazie al digitale.

Questo richiede però un'ulteriore comprensione della situazione, un investimento e uno sviluppo della tecnologia massiccio, maggiore formazione delle persone coinvolte e una costante cooperazione governativa a livello globale.

Il riconoscimento dell'Altro è possibile solo attraverso un atteggiamento critico nei confronti della rappresentazione di quest'ultimo, veicolata dai mezzi di comunicazione, dalle strategie di politica sociale e interculturale offerta dalle organizzazioni umanitarie e dalle istituzioni e, non meno importante, dal livello di sicurezza negli spazi virtuali.

Un elemento da sottolineare a questo punto, che emerge in particolare ogni qualvolta si parla di digitale, di applicazioni e di Rete, è il tema dei dati e del rispetto *privacy*, dunque del rischio di sorveglianza digitale e di un utilizzo non etico delle informazioni personali veicolate attraverso i sistemi di natura tecnologica da parte di organizzazioni criminali o umanitarie.

In *Sorvegliare e punire* Foucault (1975) descriveva l'individuo come il prodotto derivante dall'incontro tra le tecniche di governo politico, disciplina morale e razionalità economica. Se si accetta questa visione si può dedurre come nella *networked society* ogni medium sociale -digitale si configuri come lo strumento più efficace per mantenere e ampliare a dismisura il controllo disciplinare che si basa non più sui corpi (come descritto da Foucault), ma sulle convinzioni e sulle abitudini facilmente osservabili nello spazio pubblico online (Colombo 2013; 2020).

Si è accennato in precedenza come sempre più spesso i governi, le organizzazioni internazionali, le multinazionali e le Ong stiano cercando di elaborare politiche differenti per gestire i flussi di mobilità globali utilizzando le tecnologie digitali per tracciare le identità dei migranti.

L'Agenzia per i rifugiati delle Nazioni Unite sottolinea come nel mondo contemporaneo la mancanza di prove di un'identità legale possa limitare l'accesso di una persona ai servizi e alla partecipazione socio-economica, comprese le opportunità di lavoro, l'alloggio, un telefono cellulare e un conto bancario (UNHCR, 2018); dunque l'identità, anche quella di natura digitale, rappresenta un fattore chiave per poter accedere all'assistenza sanitaria, all'istruzione, al cibo e ad altri servizi di prima necessità da parte di un immigrato.

Questo aumento delle tecnologie di identificazione potrebbe rivelarsi particolarmente problematico per migranti, richiedenti asilo e rifugiati che si affidano al riconoscimento legale per

la protezione speciale e inclusione sociale se si pensa che attualmente sono 25,4 milioni i rifugiati nel mondo e molti di questi fuggono dalle loro case senza identificazione formale, mentre altri sono in possesso di documenti di identificazione spesso rubati o illeggibili perché danneggiati durante il viaggio⁷⁹.

Le forme tradizionali di identità riconosciute dallo Stato generalmente si basano su registrazioni governative o forme fisiche di identificazione, mentre i processi di identificazione di natura digitale prevedono l'utilizzo di dati per la biometria, identificatori legati a servizi o profili online.

Lo stesso Ufficio dell'Alto commissariato delle Nazioni Unite per i rifugiati (UNHCR) ha recentemente implementato un programma biometrico in Giordania che richiede ai rifugiati di utilizzare gli scanner oculari per ricevere assistenza in denaro, stabilita attraverso una partnership pubblico - privato con la società *Iris Guard*⁸⁰.

Come sottolineato dall'Ong *Privacy International* (2019), i sistemi digitali di identificazione sono molto utili ed efficienti nella gestione dei flussi migratori, ma vi è un serio rischio che possano diventare strumenti di sorveglianza da parte dello Stato e del settore privato.

Questi particolari *digital control devices* possono escludere piuttosto che includere, erodere la dignità umana, l'autonomia e l'azione e, allo stesso tempo, minacciare i diritti fondamentali alla privacy, alla riunione, all'espressione, al movimento, alla sicurezza umana. Quando i governi, le organizzazioni internazionali o le Ong fanno uso delle tecnologie digitali per la gestione delle migrazioni, aggiungono un nuovo "strato socio tecnico" che può generare squilibri di potere regionali, nazionali e locali e portare a discriminazione e stigmatizzazione, aumentando così la precarietà dei gruppi già vulnerabili.

In un suo recente Rapporto, l'Istituto di Ricerca *Data&Society* (2019) ha descritto un panorama più approfondito in merito a ciò che attualmente conosciamo sul tema dell'identità digitale, concentrando lo studio su come i dati inerenti l'identità dei migranti si posizionino nello scenario italiano.

Tra i risultati emergono due considerazioni interessanti al fine della ricerca presentata in questa sede, coincidenti con le informazioni emerse nella fase di lavoro empirico descritto nel capitolo, e cioè che da un lato, la maggior parte dei migranti, ad esempio, "baratta" dati identificativi per risorse senza alcuna piena consapevolezza o libero consenso, in questo modo la privacy, il

⁷⁹ Brandle N. (2017), *Risks of Recognition*, testo disponibile al sito: <https://www.newamerica.org/cybersecurity-initiative/humans-of-cybersecurity/blog/risks-of-recognition/>.

⁸⁰ UNHCR (2017), *The Common Cash Facility*, testo disponibile al sito: <https://www.unhcr.org/596331dd7.pdf>.

consenso informato e la protezione dei dati sono compromessi durante l'intero processo di identificazione; dall'altro, il ruolo delle Ong risulta particolarmente importante nell'azione di raccoglimento dei dati di identità e nello sviluppo di risorse culturali nello spazio digitale in quanto possono diventare punti di accesso pronti a rafforzare la protezione dei dati per i beneficiari dei migranti e dei rifugiati.

Su quest'ultimo aspetto rimangono da esplorare e sperimentare ancora urgenti questioni aperte prima che i nuovi sistemi di identità digitali vengano imposti nel contesto attuale della migrazione. Senza una normativa specifica sul tema, applicata all'ambito migratorio, e in assenza di una base di prove più solida a livello tecnico-scientifico e opportune misure di salvaguardia, i nuovi sistemi di identità digitale potrebbero amplificare i rischi e i danni alla vita delle popolazioni più vulnerabili ed emarginate in Italia e nel mondo.

Ciò che rende ancora più attuale quanto detto finora è l'analisi compiuta da Shoshana Zuboff (2019) in *Il capitalismo della sorveglianza. Il futuro dell'umanità nell'era dei nuovi poteri* dove la studiosa americana ha descritto gli assetti della nuova forma assunta dal capitalismo al tempo della rete e delle grandi piattaforme informatiche che, sulla base di quanto illustrato sopra, coinvolge pienamente il fenomeno migratorio:

«Il capitalismo della sorveglianza non è una tecnologia; è una logica che permea la tecnologia e la trasforma in azione. Il capitalismo della sorveglianza è una forma di mercato inimmaginabile fuori dal contesto digitale, ma non coincide col “digitale» (Zuboff 2019, p.25).

La trasformazione tecnologica che ha visto la rete internet entrare prepotentemente nella nostra quotidianità non ha avuto lo sviluppo che i più ottimisti immaginavano, non è stata solo lo spazio per nuovi legami sociali globali ispirati al benessere collettivo e alla convivenza pacifica tra popoli diversi e diverse culture, ma ha generato nuove forme di rischio legate alla connessione, alla disinformazione e alla tutela dell'identità, così come la nascita di una nuova forma di organizzazione economica basata sull'accumulazione dei dati da parte dei colossi dell'informatica mondiale rendendoci però solo apparentemente tutti più visibili.

Infatti, come già accennato nella parte introduttiva del lavoro di ricerca, la pandemia di Covid-19 ha messo istituzioni e cittadini di tutto il mondo di fronte a un importante dilemma a proposito delle popolazioni vulnerabili “invisibili” che ha comportato una serie di problematiche di tipo sociale e tecnologico.

La presenza di gravi problemi di salute pubblica ha evidenziato maggiormente le disuguaglianze sociali già esistenti, creando un'atmosfera ancora più ostile per quanto riguarda l'accesso ai test sierologici, alle strutture sanitarie, ai servizi igienici, agli alimenti e all'informazione istituzionale d'emergenza da parte di soggetti in difficoltà economiche o migranti irregolari (Musarò, 2020).

La condizione di invisibilità ha generato non solo l'esclusione di alcuni soggetti, ma anche una grave asimmetria dal punto di vista economico e lavorativo che va ad alimentare forme di razzismo e xenofobia, rendendo anche poco efficaci quelle strategie e azioni istituzionali – interculturali, precedentemente descritte, che mirano a raggiungere una maggiore inclusione:

«(..) gli invisibili sono meno inclini a chiedere aiuto nel momento in cui ravvisano i sintomi del Covid-19, questo potrebbe essere dovuto alla loro tendenza ad associare il sistema sanitario alle autorità repressive, alla loro scarsa competenza linguistica e alla frammentazione delle reti sociali » (Pelizza, Lausberg, Milan 2020, p.4).

Riflettendo su tali aspetti appare dunque evidente come il ragionamento di Zuboff in merito al “capitalismo delle sorveglianza”, l'obbligo di essere tracciati digitalmente e la gestione dei dati da parte delle istituzioni pubbliche, presenta un limite piuttosto evidente.

Quanto sostenuto dalla studiosa non sembra funzionare per le popolazioni vulnerabili e invisibili. Lo stato di visibilità pubblica dei migranti irregolari potrebbe senza dubbio scoraggiare lo sfruttamento e accelerare i processi di regolarizzazione, ma non se ripristinato attraverso l'adozione di politiche fondate su obblighi e paure.

L'interrogativo da porsi, che rimane tuttora aperto, è comprendere come riuscire a creare una condizione di visibilità “giusta” per i migranti, che non preveda obblighi e un controllo totale dei dati e che riconosca e garantisca i diritti civili in modo permanente.

Secondo alcuni studiosi (Pelizza, Lausberg, Milan 2020; IOM 2020), lo scenario di crisi sanitaria ed economica potrebbe aiutare i governi a identificare e tracciare gli irregolari attraverso una forma di “inclusione civile di fatto” sfruttando a pieno il sistema digitale, un modo infrastrutturale e politico di riconoscere i migranti come membri di una comunità, potendo accedere a servizi come sanità e assistenza sociale.

Un primo *step* necessario sarebbe quello di raccogliere ed elaborare i dati personali nel rispetto dei principi contenuti nel Regolamento generale sulla protezione dei dati (Gdpr) dell'Unione europea, dunque il diritto ad essere cancellati da qualsiasi database e di non essere tracciati al di là

delle finalità originarie, in quanto i sistemi di registrazione e di identificazioni usati alle frontiere prevedono già la conservazione dei dati delle persone in movimento ⁸¹.

L'esito positivo di questa prima fase aiuterebbe la raccolta e l'inserimento dei dati dei migranti "invisibili" all'interno di un database della sanità o dell'assistenza sociale in modo non invasivo, nel rispetto della privacy, e consentirebbe di negoziare un primo accordo tra istituzioni, organizzazione pubbliche, no profit e sanitarie per garantire la sicurezza e la gestione etica dei dati personali, evitando qualsiasi tentativo di centralizzazione da parte di società private o autorità statali.

La nuova questione da risolvere, anche in termini sociologici, che vede protagonisti ancora una volta l'infrastruttura digitale, i soggetti migranti e le istituzioni, riguarda la possibilità di garantire agli "invisibili" lo stato di visibilità attraverso percorsi di inclusione che prevedano in modo particolare una chiara politica di comunicazione e un utilizzo strategico ed etico delle ICT e delle informazioni personali, affinché "l'integrazione dei dati" possa favorire l'integrazione culturale riducendo episodi di sorveglianza e sfruttamento, lasciando spazio a nuove forme di dialogo e partecipazione.

⁸¹ Questa prima fase d'intervento risulterebbe particolarmente importante per proteggere non solo le popolazioni vulnerabili, ma anche le società che le ospitano evitando discriminazioni in futuro.

Conclusioni

Quanto è emerso nel presente lavoro di ricerca fornisce una lettura alternativa, più aggiornata e, per alcuni aspetti inedita, della questione migratoria, attraverso l'adozione di uno sguardo interdisciplinare e di metodologie miste di analisi.

Si è considerato il migrante come soggetto attivo, produttore e consumatore di comunicazione, andando oltre la narrazione spesso stereotipata dei media e i luoghi comuni sul tema, concentrando maggiormente l'attenzione sui processi di digitalizzazione e sul ruolo delle istituzioni locali nel mondo globale.

Gli immigrati intesi come “nuovi” cittadini, non sono più soggetti passivi delle dinamiche comunicative, ma, attraverso una propria “presa di parola” nello spazio comunicativo (Morcellini, 2010; Moores 2017; Giorgi, Raffini 2020), sono in grado di esercitare un più articolato diritto di comunicazione, come dimensione centrale del più radicale diritto di cittadinanza, prima di tutto “sociale”. Quest'ultima consiste nel riconoscere alla persona immigrata la sua capacità di esprimere appieno la propria soggettività, di soddisfare i propri bisogni comunicativi e informativi.

Il bisogno di essere informati, così come il mantenere un legame con le proprie origini, si traducono in strategie utili per provare ad uscire dall'invisibilità, partecipare alla vita collettiva e comunicare con le istituzioni, supportati dai mezzi di comunicazione tradizionali e digitali, anche se spesso con risultati poco soddisfacenti.

La pandemia di Covid-19, ancora in corso, ci ha mostrato (o meglio, ricordato) che viviamo non soltanto su un unico pianeta, ma anche in un mondo fortemente interconnesso. Scrivendo l'ultima parte del lavoro di tesi proprio durante i mesi dell'emergenza è stato possibile osservare come da un lato, le realtà locali presentano attualmente problemi strutturali differenti e gli effetti di alcune politiche adottate a livello nazionale producono risultati spesso inattesi, dall'altro però, la comunicazione e l'informazione oltreconfine sono ormai bisogni primari per ogni cittadino che devono essere soddisfatti e gestiti in maniera strategica e coordinata.

La crisi sanitaria ha rappresentato un fattore di rischio anche per la salute delle popolazioni migranti in Europa, non solo rispetto alla possibilità di entrare a contatto con il virus, ma anche per i possibili esiti di salute negativi legati alle barriere nell'accesso ai servizi sanitari.

Un rischio particolarmente alto ha riguardato tutti coloro che vivono in condizioni di affollamento, con difficoltà ad auto-isolarsi e a mantenere il distanziamento sociale (ad esempio nei centri di accoglienza), o in condizioni di scarsa igiene. Inoltre, come è stato possibile notare anche sul territorio marchigiano, scelto come caso studio della ricerca, i gruppi di migranti e le minoranze

differiscono tra loro per ciò che riguarda l'accesso a conoscenze e informazioni sul COVID-19 e nel periodo di marzo-aprile 2020, in pieno *lockdown*, alcuni non hanno avuto a disposizione quei mezzi socio - economici o tecnici necessari (come l'accesso alla Rete internet) per prendersi "cura" di loro stessi e delle loro famiglie durante l'isolamento.

Nel corso dell'emergenza l'Ufficio Comunicazione dell'Organizzazione Mondiale della Sanità ha redatto un documento dal titolo *Interim guidance for refugee and migrant health in relation to Covid-19 in the WHO European Region (2020)* contenente alcune indicazioni specifiche sull'assistenza a rifugiati e migranti, dove, ad esempio, si raccomanda alle istituzioni sanitarie e politiche e ai responsabili di Ong, di permettere a tutti i migranti di accedere alle iniziative sanitarie nazionali, tradurre i materiali informativi nelle lingue parlate, identificare i mezzi di comunicazione più appropriati per informare in maniera esaustiva tutti i migranti in arrivo nel Paese ospitante, dar loro le indicazioni sull'accesso ai servizi e raccogliere le dichiarazioni sanitarie e i dettagli sui contatti avuti.

Risulta particolarmente importante dunque ribadire, al termine di questo percorso di ricerca, come la forte presenza delle istituzioni sullo spazio mediale (da quelle locali a quelle europee), l'accesso alla Rete e all'informazione e l'utilizzo di canali digitali da parte dei cittadini, siano stati alcuni tra i principali strumenti per la promozione di comportamenti volti al contenimento della pandemia.

Di fronte alla situazione di crisi sanitaria ed economica che si è venuta a creare si può forse dire che due sviluppi appaiono possibili: un diffuso aumento del protezionismo e delle politiche anti-immigrazione oppure una maggiore solidarietà e collaborazione a livello internazionale tra popoli diversi e istituzioni a tutti i livelli.

Purtroppo è ancora difficile immaginare quale delle due soluzioni prevarrà, ma ciò che è certo è che in entrambi i casi il fenomeno della mobilità umana riprenderà gradualmente nella fase post-pandemia e l'infrastruttura digitale, l'accesso alla connessione e all'informazione saranno i punti principali alla base delle nuove politiche migratorie.

Come sottolineato più volte è il "passaparola", soprattutto a livello locale, il medium ancora maggiormente efficace a disposizione di molti immigrati. Le informazioni utili vengono spesso trasmesse oralmente all'interno delle comunità straniere da soggetti che si fanno in qualche modo "portavoce" per problemi di alfabetizzazione e di apprendimento della lingua degli altri membri; di conseguenza il rischio è che il bisogno di comunicazione/informazione non venga pienamente soddisfatto e si verifichi un innalzamento del livello di incomunicabilità tra immigrato e istituzione locale.

L'accesso all'informazione e lo "stato di visibilità" sul territorio vengono fortunatamente garantiti a volte dai media etnici e locali. Particolarmente importante in questo caso è il ruolo del digitale che favorisce la ricostruzione di legami elettronici con il Paese di provenienza; in questo modo rete internet e connettività diventano canali di soddisfacimento esclusivi in una condizione di marginalità (prima fra tutte quella linguistica) rispetto alla società di accoglienza.

Nonostante le piattaforme digitali ospitino al loro interno un alto livello di "tossicità", riscontrabile nei casi di comunicazione ostile verso i migranti e di disinformazione, si è visto come in alcuni ambienti mediali come Facebook, emergono elementi di apertura nei confronti dell'Altro e situazioni di "viralità positiva", dove le contro-narrazioni rispetto all'idea dominante di migrante come nemico sociale registrano notevoli livelli di *public engagement*.

Tuttavia gli spazi e le comunità virtuali che descrivono positivamente il fenomeno migratorio resistono per un breve periodo, o meglio, hanno picchi di concentrazione determinati da particolari eventi politici e sociali (come il caso della nave *Acquarius*).

È necessario un notevole sforzo culturale attraverso l'inclusione sociale - digitale di cittadini già politicamente e civicamente attivi; inoltre, la capacità di comprendere e interagire con questi strumenti, attraverso linguaggi appropriati, per analizzare le informazioni, così come la possibilità di cercare e condividere idee, sono azioni che richiedono investimenti in termini culturali e di formazione e sono finalizzate a una maggiore consapevolezza delle opportunità e dei rischi dei media digitali.

Si tratta, quindi, di guardare al rapporto comunicazione/media - immigrazione attraverso una prospettiva più ampia che tenga conto dei vari aspetti emersi e analizzati nella ricerca, tra cui il "diritto alla comunicazione". Le forme di comunicazione interculturale, digitale e istituzionale sono fondamentali nel definire le prospettive di crescita degli individui, e lo sono a maggior ragione quando l'obiettivo diventa creare percorsi di inclusione sociale, culturale e comunicativa.

A tal proposito a supporto delle *policies* di integrazione culturale e di comunicazione messe in campo dagli enti locali, si riconosce il ruolo fondamentale dei media etnici e locali in primo luogo, ma anche quello del web e dei social media come possibili ambienti mediali di connessione sociale e culturale tra e con i migranti.

Si è potuto notare, infatti, come stia emergendo un uso sufficientemente maturo dei media digitali da parte degli immigrati. Dai risultati emersi non si è riscontrato solo un utilizzo ludico dei media finalizzato all'ascolto di musica o alle videochiamate ad amici o ai propri familiari, come spesso emerge in maniera superficiale nel discorso pubblico, ma il tentativo di ricercare, anche in maniera autonoma, un lavoro e diversi canali per intraprendere percorsi di formazione linguistica

online e condividere esperienze di viaggio con i membri lontani della propria comunità etnica o l'interesse per la narrazione del fenomeno migratorio online da parte dei media e dei politici italiani.

I media possono alimentare xenofobie e comunicazioni ostili, ma offrire allo stesso modo anche spazi di crescita, di confronto e di dialogo tra culture che possono agevolare l'integrazione nei singoli territori; il locale sta diventando sempre di più il luogo in cui la complessità del mondo globalizzato trova senso di fronte all'aumento della presenza straniera, un luogo di "senso ritrovato" dove gli stessi sistemi di comunicazione territoriali hanno concesso spazi e opportunità di comunicazione agli stranieri e di ri-organizzazioni dell'intera comunità (Meyrowitz 1993; Morcellini 2010).

A tal proposito le competenze nel settore della comunicazione da parte di quest'ultimi dovrebbero essere maggiormente rafforzate e guidate dagli operatori sociali ed istituzionali specializzati; la dimensione multietnica delle società contemporanee sta costringendo i soggetti culturali e politici ad adattarsi ai significativi cambiamenti culturali e socio-comunicativi per migliorare i rapporti di prossimità nelle pratiche quotidiane all'interno delle comunità, dove ormai i singoli progetti formativi o gli stessi eventi culturali, legati spesso a logiche economiche e politiche, non sono più sufficienti.

Risulta evidente come lo spazio multiculturale - locale e digitale si configuri come una realtà che coincide con lo spazio della comunicazione globale, ma anche con quello della non-comunicazione: un luogo frammentato, polarizzato, dispersivo, insicuro, dove la realtà molto spesso si mostra nella concretezza della sue contraddizioni.

Vivendo quotidianamente all'interno di scenari globali complessi, dove il livello d'insicurezza è sempre più elevato, emerge sempre più la necessità di coltivare una buona cultura della comunicazione nei suoi vari aspetti, in particolare in relazione al non verbale e al linguaggio del web, strumenti fondamentali per apprendere e comprendere la Differenza.

L'uso irresponsabile e superficiale dei media elettronici e digitali ha portato nel tempo ad una rappresentazione distorta e spettacolarizzata del bene e della giustizia, rafforzata dalla presenza di fenomeni devianti e di comportamenti violenti ed etnocentrici, alimentati dalla mancanza di educazione, controllo di sé, difficoltà nella costruzione di relazioni empatiche, insicurezza, bassa autostima e sovraccarico informativo.

L'ambiente digitale e le narrazioni (auto)prodotte che circolano al suo interno impattano fortemente sulle nostre vite ed è dunque inevitabile che si pongano questioni di "eccesso" e di "inquinamento" su piani differenti del sociale come quelli inerenti la mancanza di rispetto della

diversità, i casi di odio etnico e disinformazione, la paura e la tribalizzazione delle dinamiche comunitarie (Colombo, 2020)

Per affrontare in modo efficace insicurezza e forme violente di comunicazione, causate dall'emergere di fenomeni sociali difficili da governare e comunicate spesso in modo frammentato, secondo logiche precedentemente descritte, le comunità hanno bisogno di essere consultate e coinvolte maggiormente sui problemi che devono affrontare ogni giorno.

Comunicazione è informazione, e nel caso del settore pubblico, essa deve essere più autorevole e affidabile, capace di presentare contenuti chiari e completi che vogliono dire maggiore consapevolezza e responsabilità da parte di tutti, produttori e consumatori mediali, italiani e stranieri, cittadini e istituzioni, chiarezza dei diritti e certezza dei doveri.

Comunicazione deve essere anche cultura del servizio che si traduce nell' offrire agli immigrati gli strumenti per accedere facilmente ai propri diritti e ottemperare ai propri doveri e i social media, in questo specifico caso, sono anche veicolo principale attraverso cui le istituzioni si pongono al servizio del cittadino.

Tra i principali compiti che le istituzioni e le comunità potrebbero attribuirsi ritroviamo, innanzitutto, quello di ristabilire ordine e chiarezza nella comunicazione, sviluppando la capacità di prevedere le conseguenze di quello che viene pubblicato e narrato nei social network, coltivando allo stesso tempo abilità di lettura e analisi critica di fronte a ciò che i media propongono, lasciando meno spazio alle emozioni a favore di un atteggiamento più riflessivo e aperto.

L'attenzione alla diversità etnica e culturale, come evidenziato, sembra essere maggiore nei contesti locali dove si registra una presenza più attiva delle istituzioni decentrate e dei diversi attori sociali nella definizione di politiche di integrazione e di accoglienza a livello locale: il continuo contatto con il territorio la cittadinanza rende meno rigida e frammentata la mediazione e la mediatizzazione nel momento in cui il migrante e la sua storia vengono rappresentati nei media.

Dunque una maggiore attenzione da parte degli organi di governo territoriali verso l'integrazione interculturale può rappresentare un'opportunità fondamentale nell'adozione di mirate strategie comunicative finalizzate a informare il cittadino, autoctono e straniero, e a soddisfare le sue richieste utilizzando canali comunicativi che siano fruibili per tutti.

Ora più che mai è nella pandemia che occorre costruire un ponte solido che ci permetta di passare da una "riva" (quella dell'ospitalità) all'altra (quella dell'integrazione culturale): la solidità del ponte è data proprio dall'utilizzo consapevole delle tecnologie e dall'efficienza delle azioni messe in campo dalle amministrazioni (prima di tutto) locali.

Siamo in un periodo storico in cui la comunicazione digitale e istituzionale, così come la sicurezza pubblica (anche negli ambienti online) necessitano di essere “curate”⁸² e intese come parti di una nuova cultura della connessione, della relazione e dell’informazione a cui dobbiamo educarci, “strade maestre” per una pacifica e costruttiva convivenza con la Differenza all’interno di uno spazio mediale in via di definizione, affinché quest’ultimo possa configurarsi sempre più come un luogo inclusivo e preminente anche nel processo di integrazione degli stranieri immigrati.

⁸² Il termine “cura”, in questo caso, non indica semplicemente il tentativo di costruire una comunicazione chiara e inclusiva, ma, citando Silverstone (2009), il saper prevedere le conseguenze di un determinato messaggio, individuando sempre una “situazione limite” in ogni cosa: capire cioè quando l’eccesso (di informazione e/o esposizione al medium, in questo caso) nutre o danneggia una società.

Ringraziamenti

Questo lavoro di ricerca nasce prima di tutto da una forte passione nei confronti di discipline come la sociologia, la psicologia, l'antropologia e la criminologia, così apparentemente lontane, e da una lunga e intensa attività di studio e ricerca iniziata tre anni fa come dottorando presso l'Università di Macerata.

Al termine di questa preziosa esperienza, non posso non ringraziare (e ricordare) fin da subito la prof.ssa Barbara Pojaghi, grandissima persona, docente di psicologia sociale all'Università di Macerata. Per prima mi incoraggiò a proseguire gli studi dopo aver conseguito la laurea magistrale in comunicazione. Il suo contributo avrebbe sicuramente arricchito il mio lavoro di tesi oggi.

Ringrazio di cuore la mia famiglia, che da più di trent'anni mi supporta in ogni mia scelta, e la mia compagna (e collega) Anna, che ha sempre creduto in me, nel mio lavoro, che mi è stata accanto anche nei momenti di "crisi" e mi ha sempre incoraggiato di fronte ad ogni sfida personale e professionale.

Un grazie particolare va alla responsabile del curriculum di dottorato in Human Sciences, la prof.ssa Alessandra Fermani e ai miei tutors, prof.ssa Lucia D'Ambrosi e prof. Sebastiano Porcu, punti di riferimento essenziali in questi anni di studio e ricerca, sempre presenti e disponibili al confronto.

Un ringraziamento speciale va anche a tutte quelle persone che nel corso di questi anni, volontariamente o meno, mi hanno sempre lasciato e insegnato qualcosa a livello personale e professionale: la prof. Alessia Bertolazzi e la prof.ssa Isabella Crespi (Unimc) il prof. Pierluigi Musarò (Unibo), il prof. Angelo Romeo (Unipg), il prof. Marco Lombardi (Unicatt), il dott. Daniele Domenichelli (Unibo), il prof. Gonzalo Del Moral (Upo), la prof.ssa Iлона Biernacka-Ligieza (Umcs), la prof.ssa Begoña Pérez Calle (Unizar). Grazie anche ai miei colleghi di dottorato dell'Università di Macerata e ai miei più cari amici d'infanzia.

Grazie a tutti.

Bibliografia

- AA.VV. (2017), *Migrazioni irregolari e traffico di esseri umani: un nesso inscindibile*, Linkcampus, Roma.
- Achotegui J. (2005), Estrés limite y salud mental: el síndrome del inmigrante con estrés crónico y múltiple (Síndrome dei Ulises), in *Revista Norte de salud mental de la Sociedad Española de Neuropsiquiatría*, n.21.
- Acocella I. (2015), *Il focus group: teoria e tecnica*, Franco Angeli, Milano.
- Adams P.C. (2009), *Geographies of Media and Communication*, Wiley-Blackwell, Malden, MA.
- Altheide D. L. (2002), *Creating Fear: News and the Construction of Crisis*, Aldine Transactions, New Jersey.
- Altheide D. L. (2006) *Terrorism and the Politics of Fear*, Altamira Press, Oxford.
- Altheide D. L., Snow R. P. (1991), *Media Worlds in the Post-Journalism Era*, de Gruyter, New York.
- Ambrosini M. (2011), *Sociologia delle migrazioni*, il Mulino, Bologna.
- Ambrosini M. (2017), *Migrazioni*, Egea, Milano.
- Anderson B. (1983), *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Verso, London.
- Appadurai A. (2001), *Modernità in polvere*, Meltemi, Roma.
- Appadurai A. (2005), *Sicuri da morire*, Meltemi, Roma.
- Arato A., Geuna M. (2009), *La vita è un'emozione? Mass media, nuovi media e sfide educative*, Effatà, Torino.
- Arena G. (1995), *La comunicazione di interesse generale*, il Mulino, Bologna.
- Arendt H. (1977), *Between Past and Future: Eight Exercises in Political Thought*, Penguin, New York.
- Arendt H. (1994), *Essay in Understanding 1930-1954*, Hancourt Brace & Co, New York.
- Augè M. (1993), *Nonluoghi*, Elèuthera, Milano.
- Bahbha H.K. (1990), *Nation and Narration*, Routledge, London.
- Baraldi C. (2003). *Comunicazione interculturale e diversità*. Carocci, Roma.
- Barbagli M. (2008), *Immigrazione e sicurezza in Italia*, il Mulino, Bologna.
- Barbano A. (2003), *L'Italia dei giornali fotocopia. Viaggio nella crisi di una professione*, Franco Angeli, Milano.
- Barbano A. Sassu (2012), *Manuale di giornalismo*, Laterza, Roma-Bari.
- Barber B. (1992), *Jihad vs. McWorld*, Corgi, London.
- Bartholini I.(2015), *Violenza di prossimità*, Franco Angeli, Milano.
- Bauder, H. (2011), *Immigration dialectic: Imagining community, economy and nation*, University of Toronto Press, Toronto.
- Bauman Z. (1996), *Le sfide dell'etica*, Feltrinelli, Milano.
- Bauman Z. (1999), *La società dell'incertezza*, il Mulino, Bologna
- Bauman Z. (1999a), *Dentro la globalizzazione*, Laterza, Roma-Bari.

- Bauman Z. (2005), *Globalizzazione e glocalizzazione*, Armando, Roma.
- Bauman Z. (2006), *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari.
- Bauman Z., Obirek S. (2014), *Conversazioni su Dio e sull'uomo*, Laterza, Roma-Bari.
- Bauman Z. (2015), *Il secolo degli spettatori. Il dilemma globale della sofferenza umana*, Edb, Bologna.
- Beck U. (2003), *Cosmopolitan Europe: A Confederation of States, a Federal State or Something Altogether New?*, in Sterm S., Seligmann E., *Desperately Seeking Europe*, Archetype Publications, London.
- Beck U. (2006), *The Cosmopolitan Vision*, Polity, Cambridge.
- Bell D. (2007), *Cyberculture Theorists: Manuel Castells and Donna Haraway*, Routledge, London.
- Belluati B. (2011), I media locali di fronte alla sfida dell'immigrazione, *Libertà civili*, Vol. 2, pp. 58-62.
- Benhabib S. (2003), *The Reclutant Modernism of Hannah Arendt*, Rowman and Littlefield, Lanham Maryland.
- Beninger J.R. (1995), *Le origini della società dell'informazione*, Utet-Telecom, Torino
- Benjamin W. (1970), *Illuminations*, Fontana, London.
- Bennato D. (2011), *Sociologia dei media digitali. Relazioni sociali e processi comunicativi del Web partecipativo*, Laterza, Roma-Bari.
- Bennett J. (2015), *Principi di comunicazione interculturale. Paradigmi e pratiche*, Franco Angeli, Milano.
- Bennett, S., Ter Wal, J., Lipinski, A., Fabiszak, M., & Krzyzanowski, M. (2011), *Media for diversity. Media for integration*, Mediva thematic report, Media Content.
- Bensman J., Lilienfeld R. (1973), *Craft and consciousness: Occupational technique and the development of world images*, John Wiley, New York.
- Benson R. (2009), What makes news more multiperspectival? A filed analysis, *Poetics*, 37,5.
- Bentivegna S., Boccia Artieri G. (2019), *Le teorie della comunicazione di massa e la sfida digitale*, Edizioni Laterza, Roma.
- Berson M.J. (2000), "The computer can't see you blush", *Kappa Delta Pi Record*, 36 (4), 158-162.
- Binotto M., Martino V. (2004), a cura di, *Fuori luogo. L'immigrazione dei media italiani*, Luigi Pellegrini Editore, Cosenza.
- Binotto B., Bruno B., Lai V. (2016), *Tracciare confini. L'immigrazione nei media italiani*, Franco Angeli, Milano.
- Bird, E. (2000), Facing the distracted audience: journalism and cultural context. *Journalism*, 1(1), 29–33.
- Boccagni P., Pollini G. (2012), *L'integrazione nello studio delle migrazioni: teorie, indicatori, ricerche*, Franco Angeli, Milano.
- Boccia Artieri G. (1995), Tecnologie della comunicazione e virtualizzazione dello spazio: nomologia del cyberspazio, *Sociologia della comunicazione*, anno, XII, 24.
- Boccia Artieri G. (2012), *Stati di connessione*, Franco Angeli, Milano
- Boccia Artieri G., Gemini L., Pasquali F., Carlo S., Farci M., Pedroni M. (2017), *Fenomenologia dei social network. Presenza, relazioni e consumi mediali degli italiani online*, Milano: Guerini e Associati.

- Bolter J. D. (1992), *Luomo di Turing*, Nord, Milano.
- Boni F. (2004), *Etnografia dei media*, Laterza, Roma-Bari.
- Boorstin D. J. (1978), *Republic of Technology: Reflections on Our Future Community*, Harper&Row, New York.
- Bourdieu P. (1998), *La domination masculine*, Seuil, Paris.
- Bourdieu P. (2001), *La distinzione*, il Mulino, Bologna.
- Brancato S. (2004), Transculturalità e transculturalismo: i nuovi orizzonti dell'identità culturale, *Le Simplegadi*, 2 (2), 40-46.
- Brutera R., Springhetti P. (2018), *È la verità che vi fa liberi. Dalla fake news al giornalismo di pace per una informazione responsabile*, LAS, Roma.
- Buoncompagni G. (2018), Forme di comunicazione criminologica. Il crimine come processo comunicativo, Aras edizioni, Fano.
- Buoncompagni G. (2018), Immersi nel digitale. Profilo del cittadino mediale e nuovi processi comunicativi, in *Comunicazione Digitale* 1/2018, Aracne ed., pp. 151-158.
- Buoncompagni G.(2018), Intercultural Information and the Role of the Ethnic Media in Italy: A Sociological Study. *Global Media Journal*, 16 (30), 1-5.
- Buoncompagni G. (2019), Communication pathologies and human rights: understanding crimes of peace. *World Journal of Social Science*, 6(1): 1-6.
- Buoncompagni G. (2019), Connectivity and global information. The digital side of immigration in *Socioscapes. International Journal of Societies, Politics and Cultures n.1*, PM edizioni, pp.223-234.
- Buoncompagni G. (2019) Per una sociologia dell'ospitalità: L'Altro nella società postmoderna tra paradossi, diritti umani, narrazione mediale e crimini di pace, in Federici M. C., (a cura di), *L'Arte femminile della Mediazioni. Risultanze di una ricerca su donne immigrate, rifugiate e del loro percorso formativo di Mediatrici*, Armando Editore, pp. 73-102.
- Buoncompagni G. (2020), L'immigrazione tra media tradizionali e social network: la narrazione del pregiudizio nella dimensione culturale e comunicativa, *Atti della IV Conferenza Nazionale delle Dottorande e dei Dottorandi in Scienze Sociali*, Sapienza University Press, pp. 21-33.
- Buoncompagni G., D'Ambrosi L. (2020), Hate Speech Towards Migrants, in La Rocca G. Torvisco J.M., (a cura di), *Technological and Digital Risk: Research Issues*, Peter Lang Publishing , pp.177-190.
- Buoncompagni, G. (2020), Cybermigration, In *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*, G. Ritzer (Ed.).
- Buoncompagni G. (2020), Cyber-Risk, Cyber-Migration. For A New Human Geography and Security, in *Sicurezza, Terrorismo, Società* n.11, .pp. 157-177.
- Burns T. (1977), *The BBC: Public Institution and Private World*, Macmillan, London.
- Butera R., Springhetti P. (2018), *E' la verità che fa liberi. Dalle fake news al giornalismo di pace per una informazione responsabile*, LAS editrice, Roma.

- Calvanese E. (2011), *Media e immigrazione tra stereotipi e pregiudizi. La rappresentazione dello straniero nel racconto giornalistico*, Franco Angeli, Milano.
- Cambi F., Toschi L. (2006), *La comunicazione formativa. Strutture, percorsi, frontiere*, Apogeo, Milano.
- Capurro, R. (2008), Intercultural information ethics: foundations and applications, *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, Vol. 6, 2, pp. 116-126.
- Carey J. (1988), *Communication as culture: essay on media and society*, Routledge, London.
- Carr N. (2011), *Internet ci rende stupidi?*, Raffaello Cortina editore, Milano.
- Castells M. (2008), *Il potere delle identità*, Università Bocconi Editore, Milano.
- Castells M. (2009), *Comunicazione e Potere*, Egea Università Bocconi Editore, Milano.
- Cavallo M. (2012), *Oltre la società della comunicazione*, Franco Angeli, Milano.
- Centorrino M., Romeo A. (2012), *Sociologia dei Digital Media*, Franco Angeli, Milano.
- Centro Studi e Ricerche Idos (2018), *Dossier Statistico Immigrazione*, Idos, Roma.
- Ceretti F. (2009), *Pedagogia dei media*, in Viganò D.E. (a cura di), *Dizionario della comunicazione*, Carocci, Roma.
- Ceretti F., Padula M. (2016), *Umanità mediale. Teoria sociale e prospettive educative*, Edizioni ETS, Pisa.
- Cesareo V. (2000), *Società multietniche e multiculturalismi*, Vita&Pensiero, Milano.
- Cesareo V. (2001), *Per un dialogo interculturale*, Vita&Pensiero, Milano.
- Chen Guo-M. (2005), A model of global communication competence, *China Media Research*, 1, 3-11.
- Chen Guo-Ming. (2012), The impact of new media on intercultural communication in global context, *China Media Research*, vol. 8, 2, pp. 1-10.
- Cheesman M. (2016), *Mapping refugee media journeys: smartphone and social media networks*, The Open University Press, French.
- Chomsky N. (2002), *Media Control. The Spectacular Achievements of Propaganda*, Seven Stories Press, New York.
- Chouliakari L. (2006), *The Spectatorship of Suffering*, Sage, London.
- Christians Clifford (2000), *An intellectual History of Media Ethics*, in Pattyn B. (ed.), *Media Ethics: Opening Social Dialogue*, Peeters, Leuven.
- Cmiel K. (1996), On Cynicism Evil and the Discovery of Communication in the 1940s, *Journal of Communication*, 46,3, pp 88-107.
- Cohen R. (1997), *Global diasporas*, UCL Press, San Francisco.
- Colombo A., Genovese A., Canevaro A. (2006), a cura di, *Immigrazione e nuove identità urbane: la città come luogo di incontro e scambio culturale*, Erickson, Gardolo, Trento.
- Colombo A., Sciortino G. (2002), a cura di, *Assimilati ed esclusi*, il Mulino, Bologna.
- Colombo F. (2020), *Ecologia dei media. Manifesto per una comunicazione gentile*, Vita&Pensiero, Milano.
- Contu R., Marcacci F. (2015), *Social-polarizzazioni ai tempi di Facebook*, in «La Voce», 17 luglio.

- Corrao S. (2013), *Il focus group*, Franco Angeli, Milano.
- Corbetta P. (2014), *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, il Mulino, Bologna.
- Cornelli A. (2005), *Flussi migratori illegali e ruolo dei paesi in transito e di origine*, Centro Militare di Studi Strategici-CEMISS, Rubettino.
- Corte M. (2002), *Stranieri e mass media. Stampa, immigrazione e Pedagogia interculturale*, Cedam Padova.
- Corte M. (2014), *Giornalismo interculturale e comunicazione nell'era digitale*, CEDAM, Padova.
- Cotesta V. (2002), *Lo straniero. Pluralismo culturale immagini dell'Altro*, Laterza, Roma-Bari.
- Couldry N. (2009), Does “the Media” have a Future?, *European Journal of Communication*, 24 (4), 437-450.
- Couldry N., Hepp A. (2013), Concettualizzazione della mediatizzazione: contesti, tradizioni, argomenti. *Teoria della comunicazione*, 23, 3.
- Couldry N. (2015), *Sociologia dei nuovi media*, Pearson, Milano.
- Dal Lago A. (2004), *Non persone. L'esclusione dei migranti in una società globale*, Feltrinelli, Milano.
- Couldry N. (2015), *Sociologia dei nuovi media. Teoria sociale e pratiche medial digitali*, Pearson, Milano.
- Curran, Fenton, Friedman (2012), *Misunderstanding the Internet*, Routledge, London.
- Cusimano G., Mercatanti L., (2017), Conflitto e scelta della destinazione migratoria, in Pagano A. (a cura di), *Migrazioni e identità: Analisi Multidisciplinari*, Edicusano, Roma.
- D'Ambrosi L. (2019), *La comunicazione pubblica dell'Europa. Istituzioni, cittadini e media digitali*, Carocci, Roma.
- D'Ambrosi, L., & Polci, V. (2017). Social media and gender-based violence: Memory, Reflection, Action. *Comunicazioni Sociali*, 2, 334 – 343.
- D'Ambrosi, L., Papakristo, P., Polci, V. (2018), Social Media and Gender Violence: Communication Strategies for a “New Education”, *Italian Journal of Sociology of Education*, 10/2, 76 – 89.
- Dal Lago A. (2004). *Non persone. L'esclusione dei migranti in una società globale*, Feltrinelli, Milano.
- Dal Lago A. (2010), Immigrazione, criminalità e ruolo pubblico del sociologo, *Etnografia e ricerca qualitativa*, 3 (1), pp. 107-108.
- boyd, D. Ellison N.B. (2007), Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13, 1, pp.210–230.
- Danziger M. H. (1975), Validating conflict data, in *American Sociological Review*, 40, pp.570-584.
- Dayan D. (1999), Media and diaspora, in Gripsrud J., *Television and common knowledge*, Routledge, London.
- De Certeau M. (1990), *L'invention du quotidien*, Gallimard, Paris.
- De Feo A., Pitzalis M. (2015), a cura di, *Produzione, riproduzione e distinzione. Studiare il mondo sociale con (e dopo) Bordieu*, Cuec, Cagliari.
- de Kerchove D. (1991), *Brainframes. Mente, tecnologia, mercato*, Baskerville, Bologna.
- de Kerchove D. (2014), *Psicotecnologie connettive*, Egea, Milano.
- Debray R. (1993), *Lo Stato seduttore*, Editori Riuniti, Roma.

- Debray R. (1996), *Media Manifestos: On the Technological Transmission of Cultural Forms*, Verso Books, Brooklyn, NY.
- Debray R. (2012), *Elogio delle frontiere*, add editore, Torino.
- Dekker R., Engbersen G. (2012), *How social media transform migrant networks and facilitate migration*, International Migration Institute, Oxford.
- Dell'Aquila P. (1999), *Tribù telematiche*, Guaraldi, Rimini.
- Derrida J. (2002), *On Cosmopolitanism and Forgiveness*, Routledge, London.
- Di Cesare D. (2014), *Crimini contro l'ospitalità. Vita e violenza nei centri per gli stranieri*, Il melangolo, Genova.
- DiFonzo N., Bordia P., (2007), *Rumor psychology: Social and organizational approaches*, American Psychological Association Washington DC.
- Donati P. (2005), *La sociologia relazionale: una prospettiva sulla distinzione umano/non-umano nelle scienze sociali*, *Nuova Umanità* XXVII,1, pp. 97-122.
- Douglass J, Burgess W.A., Burgess G.A., Ressler K.R. (2006). *Crime Classification Manual: A Standard System of Investigating and Classifying Violent Crime*, John Wiley & Sons, New Jersey.
- Ducci G. (2001), *Prove tecniche di interazione. Comunicazione e contesto organizzativo*, Fanco Angeli, Milano.
- Ducci G. (2007), *Pubblica amministrazione e cittadini. Una relazionalità consapevole*, Franco Angeli, Milano.
- Ducci G. (2012), *La comunicazione pubblica e la sfida dell'interculturalità*, Franco Angeli, Milano.
- Eco U. (1994), Does the audience have bad effects on television? In Eco U., Lumley R. (a cura di), *Apocalypse Posponed*, Indiana University Press, Bloomington, pp. 87-102.
- Edelman M. (1988), *Creating the Political Spectacle*, Chicago University Press, Chicago.
- Eisestein E. (1979), *The Printing Press as an Agent of Social Change*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Elliot P. (1972), *The making of a television series*, Constable, London.
- Eugeni R. (2015), *La condizione postmediale. Media, linguaggi e narrazioni*, LaScuola, Brescia.
- Europol (2016), *Migrant smuggling in the EU*, Europol, Aia.
- Fabian J (1983), *Time and the Other. How Anthropology Makes Its Object*, Columbia University Press, New York.
- Fabris A. (2006), *Etica della comunicazione*, Carocci, Roma.
- Faccioli F. (2000), *La comunicazione pubblica e cultura del servizio*, Carocci, Roma.
- Favaro G. (2011), *A scuola nessuno è straniero: insegnare e apprendere nella scuola multiculturale*, Giunti, Firenze.
- Fishman M. (1977), *Manufacturing the news: The social organization of media news production*, PhD. Dissertation, University of California, Santa Barbara.

- Floridi L. (2017), *La quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta trasformando il mondo*, Cortina Raffaello, Milano.
- Garcea E. (1996), *La comunicazione interculturale*, Armando, Roma.
- Gasparini G. (1999), *Sociologia degli interstizi*, Mondadori, Milano.
- Gerbner G., Gross L. P. (1976), The scary world of TV's heavy viewer, in *Psychology Today* (April), pp. 41.
- Giaccardi C., Magatti (2001), *La globalizzazione non è un destino*, Laterza, Roma-Bari.
- Giaccardi C. (2012), *La comunicazione interculturale nell'era digitale*, il Mulino, Bologna.
- Giaccardi C. (2012), *On life/Off line. Per i nostri figli non c'è differenza*, in «Avvenire», 9 settembre.
- Giddens A. (1984), *The Nation-State and Violence*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Giddens A. (1994), *Le conseguenze della modernità*, il Mulino, Bologna.
- Giddens A. (2000), *Il mondo che cambia*, il Mulino, Bologna.
- Giddens A. (2002), *Runaway World: How globalization is reshaping our lives*, Profile Books, London.
- Gillespie T. (2018), *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*, Hardcover Books, UK .
- Gitlin T. (2001), *Media Unlimited: How the Torrent of Images and Sounds Overwhelms Our Lives*. Metropolitan Books, New York.
- Goody J. (1999), *L'Oriente in Occidente*, il Mulino, Bologna.
- Gordon A.D., Kittross J.M, Merrill J.C., Babcock W., Dorssher M. (2011), *Controversis in Media Ethics*, Routledge, London.
- Granata P. (2015), *Ecologia dei media*, Franco Angeli, Milano.
- Griswold W. (2005), *Sociologia della cultura*, il Mulino, Bologna.
- Grossi, G. (1995), Ritratto di una società poco razzista. Immigrazione e comunità locale tra coesistenza interetnica e risposta istituzionale, In M. Belluati, G. Grossi, & E. Viglono (Eds), *Mass media e società multietnica*, Anabasi, Milano.
- Habermas J. (1970), Towards a Theory of Communicative Competence, in Dreitzel H. P., *Recent Sociology* n.2 Macmillan, New York, pp.114-150.
- Habermas J. (1971), *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Laterza, Bari.
- Habermas J. (1996), *Fatti e norme*, Guerini, Napoli.
- Habermas J. (1999), *La costellazione postnazionale*, Feltrinelli, Milano.
- Hall S. (1973), A world at one with itself, in Cohen S., Young J., *The manufacture of news*, Sage, Beverly Hills, CA.
- Hall S. (1992), New Ethnicities, in Donald J., Rattansi J., Tattansi A., *Race, Culture and Difference*, Sage, London, pp. 252-259.
- Hannerz U. (1996), *Transnational Connections*, Routledge, London-New York.
- Hannerz U. (1997), *Flussi, confini, ibridi. Parole chiave dell'antropologia transnazionale*, aut aut, 3, pp. 117-141.

- Hannerz U. (1998), *La complessità culturale. L'organizzazione sociale del significato*, Il Mulino, Bologna.
- Harvey D. (1990), *The Condition of Postmodernity. An Inquiry into the Origins of Cultural Change*, Blackwell, Cambridge (MA).
- Heidegger M. (1962), *Being and Time*, Blackwell, Oxford.
- Heidenreich T., Jakob-Moritz E., Lind, F. Boomgaarden. H. (2019). Political migration discourses on social media: a comparative perspective on visibility and sentiment across political Facebook accounts in Europe, *Journal of Ethnic and Migration Studies* 0:0, 1-20.
- Held D. (2004), *Global Covenant: The Social Democratic Alternative to Washington Consensus*, Polity, Cambridge .
- Hilgard E.R. (1979), *Introduction to Psychology*, Harcourt Brace Jovanovich, New York.
- Hughes H. M. (1940), *News and the human interest story*, University of Chicago Press, Chicago
- Husband C. (2000), *Media and the Public Sphere in Multiethnic Societies*, in Cottle S. (ed.), *Ethnic Minorities and the Media*, Open University Press, Buckingham.
- Innis H. (1951), *The Bias of Communication* , University of Toronto Press, Toronto-Buffalo.
- IOM (2018), *World Migration Report*, IOM, Geneva.
- IOM (2020), *Migrants and the COVID-19 pandemic: An initial analysis*, IOM, Geneva.
- Jenkins H. (2007), *Cultura convergente*, Apogeo, Milano.
- Jurgenson N. (2011), "Digital Dualism versus Augmented Reality", *Cyborgology*, on February 24.
- Katz E., Lazarsfeld P. (1995), *Personal Influence. The Part Played by People in Mass Communication*, Free Press, New York.
- Kepel G. (2012), *Banlieue de la République: Société, politique et religion à Clichy-sous-Bois et Montfermeil*, Gallimard, Paris.
- Khanna P. (2016), *Connectography: mapping the future of global civilization*, Random House, New York.
- Koopmans, R., Statham, P. (2000), *Challenging Immigration and Ethnic Relations Politics: Comparative European Perspectives*, Oxford University Press, Oxford.
- Kymlicka W. (1995), *Multicultural Citizenship*, Oxford University Press, Oxford.
- Kymlicka W. (2012), *Multiculturalism: Success, Failure, and the Future*, Migration Policy Institute, Washington DC.
- Kymlicka W. (2012). *Multiculturalism: Success, Failure, and the Future*. Washington DC: Migration Policy Institute.
- Lafuente A. L., Righi M. (2011), *Internet e web 2.0*, UTET, Torino.
- Lanier J.(2006), *Information is an Alienated Experience*, Basic Books, New York.
- La Rocca G. (2015), *Percorsi di comunicazione sociale. Teorie, strumenti, idee*, Carocci, Roma.
- La Rocca G., Di Maria R., Frezza G. (2020), *Media, Migrants and Human Rights. in the Evolution of the European Scenario of Refugees' and Asylum Seekers' Instances*, Peter Lang, Bern.

- Leghissa G. (2006), a cura di, *Stuart Hall, Politiche del quotidiano. Culture identità e senso comune*, il Saggiatore, Milano.
- Lepri S. (1991), *Professione giornalista*, Etas, Firenze.
- Lessig L. (2000), *Code and Other Laws of Cyberspace*, Basic Books, NY.
- Levo-Henriksson R. (2007), Media as Constructor of Ethnic Minority Identity: A Native American Case Study, In Fuller L.K. (eds) *Community Media*, Palgrave Macmillan, New York.
- Lévy P. (1996), *L'intelligenza collettiva*, Feltrinelli, Bologna.
- Lewis D. R. (2008), *Cross-Cultural Communication. A Visual Approach*, Transcreen Publications, Riversdown.
- Lewis, P.M. (2008). *Promoting Social Cohesion. The role of Community Media*. Strasbourg, Council of Europe-Freedom of Expression.
- Livingstone S. e Helsper E. (2007), Gradations in Digital Inclusion: Children, Young People and the Digital Divide. “*New Media & Society*”, 9, 4, pp. 671-696.
- Lippmann W. (1922), *L'opinione pubblica*, Donzelli, Roma.
- Lombardi M. (2005), *Comunicare nell'emergenza*, Vita&Pensiero, Milano.
- Lombardi M. (2012), Immigration from North Africa: Spring 2011, in ISMU, *The Seventeenth Italian Report on Migrations*, McGraw-Hill, Milano, pp. 119-131.
- Lombardi, M., Burato, A. (2017), Crisis Management della comunicazione: istituzioni e social media, in *Sistemi Intelligenti*, 2, pp. 371-392.
- Lovari A. (2013), *Networked citizens. Comunicazione pubblica e amministrazioni digitali*, Franco Angeli, Milano.
- Lunt P., Livingstone S. (2011), *Adult Media Literacy: A review of the Literature*, Ofcom: The Office of Communication, London.
- Lyman S. M. (1978), The Acceptance, Rejection, and Reconstruction of Histories: On Some Controversies in the Study of Social and Cultural Change, in Brown R. H., Lyman S.M., pp. 53-105.
- Macioti M.I. (2010), *L'esperienza migratoria. Immigrati e rifugiati in Italia*, Laterza, Roma-Bari.
- Macioti M.I. (2013), Media e rappresentazione dei fenomeni migratori”, *Sicurezza e scienze sociali*, n.1.
- Madianou, M., Miller, D. (2013). Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication., *International Journal of Cultural Studies*, 16(2), 169–187.
- Manning P. K. (1987), *Semiotics and Fieldwork*, Sage, Newbury Park.
- Marci T. (2017), *La società degli altri. Ripensare l'ospitalità*, Le Lettere, Firenze.
- Marini R. (2017), a cura di, *Media logic. La logica dei media*, Armando editore, Roma
- Marini R. (2019), Dalla media logic alla politica della paura, in *Cosmopolis*, Dipartimento Scienze Politiche, Perugia.
- Marotta G. (2003), *Straniero e devianza*, CEDAM, Padova.
- Massey D. (2005), *For Space*, Sage, London.

- Massey D. (2007), *Wordl City*, Polity Press, Cambridge.
- McCombs M. E. (2004), *Setting the Agenda. Mass Media and Public Opinion*, Polity Press, Boston.
- McLuhan M. (1968), *War and Peace in the Global Village*, Touchstone S&S, New York.
- McLuhan M. (1997), *Gli strumenti del comunicare*, il Saggiatore, Milano.
- McQual D. (2001), *Sociologia dei media*, il Mulino, Bologna.
- Mead H.G. (1966), *Mente, sé e società*, Giunti-Barbera, Firenze.
- Melucci A. (1987), *Libertà che cambia*, Unicopoli, Milano.
- Melucci A. (1996), *Il gioco dell'io*, Feltrinelli, Milano.
- Meyrowitz J. (1993), *Oltre il senso del luogo*, Baskerville, Bologna.
- Mezzadra S., Ricciardi M. (2013), *Movimenti indisciplinati. Migrazioni, migranti e discipline scientifiche*, Ombre corte, Verona.
- Miconi A. (2001), Le tecnologie del potere, in Innis A.H., *Impero e comunicazioni*, Meltemi, Milano.
- Miconi A. (2012), Le vie dell'impero. Comunicazione e potere in Harold Innis, in M. Pireddu & M. Serra, a cura di), *Mediologia. Una disciplina attraverso i suoi classici*, Liguori, Napoli.
- Milani M. (2015), *Competenze interculturali nel settore educativo*, Quiedit, Verona.
- Miller D., Slater D. (2000), *The Internet: An Ethnographic Approach*, Berg., Oxford.
- Mills W. C. (1959), *The Sociological Imagination*, Oxford University Press, NY.
- Moore R., Murray M., Farrel M., Youm K. (2017), *Media Law and Ethics*, Routledge, UK.
- Moore S. (2017), *Media, luoghi e mobilità*, Franco Angeli, Milano.
- Morcellini M. (2010), Il tema delle migrazioni nuova sfida alla comunicazione, *Libertàcivili*, 3, pp.13-23.
- Morcellini M. (2011), La presa di parola: i migranti da oggetto a fonte di comunicazione, *Libertàcivili*, 2, pp.11-20.
- Morcellini M. (2013), L'immigrazione nei media: riflessi deformanti, *Salute, persona, cittadinanza*, 1, pp. 155-167.
- Morozov E. (2011), *L'ingenuità della rete. Il lato oscuro della libertà di Internet*, Codice ed., Torino.
- Mortari L. (2013), *Avere cura della vita e della mente*, Carocci, Roma.
- Mumford L. (1963), *Technics and Civilization*, Brace&World, Harcourt, New York.
- Musarò P., Parmiggiani P. (2014), *Media e migrazioni. Etica, estetica e politica del discorso umanitario*, Franco Angeli, Milano.
- Musarò P., Parmiggiani P. (2018), *Taxi o ambulanze del mare? Politiche dell'immagine nella crisi dei migranti nel Mediterraneo*, in *Problemi Dell'informazione*, 1, pp. 87-114.
- Musarò P. (2019), *European borderscapes: The management of migration between care and control*, in *Global humanitarianism and media culture*, , Manchester University Press, pp. 145-166.
- Natale M., Strozza S. (1997), *Gli immigrati stranieri in Italia*, Cacucci, Bari,
- Navarro L. (2010), Islamophobia and sexism: Muslim women in the western mass media, *Human Architecture: Journal of Sociology of Self-Knowledge*, 8 (2), 95-114.

- Nederveen Pieterse J. (2003), *Globalization and culture: Global mélange*, Rowman&Littlefield, Lanham (MD).
- Nederveen Pieterse J. (2007), *Ethnicities and Global Multiculture: Pants for an Octopus*, Rowman&Littlefield, Lanham (MD).
- Nederveen Pieterse J. (2010), *Development Theory: Decostructions/Recostructions*, Sage, London.
- Neuman W.R. (1991), *The Future of the Mass Audience*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Negri A. (2003), *Cinque lezioni di metodo su moltitudine e impero*, Soveria-Manelli-Rubettino, Catanzaro.
- Nora T. (2019), Maintainers of Ethnic Hierarchies? Investigating the Relationship Between Media Use and Attitudes Toward Perceived Remote Versus Perceived Close Immigration., *Mass Communication and Society* 22, 6.
- Nora Theorin. (2019), Maintainers of Ethnic Hierarchies? Investigating the Relationship Between Media Use and Attitudes Toward Perceived Remote Versus Perceived Close Immigration., *Mass Communication and Society* 22:6, pp. 827-850.
- Nussbaum M. (2007), *Nascondere l'umanità. Il disgusto, la vergogna, la legge*, Carocci, Roma.
- Ogburn W. F. (1964), *On Culture and Social Change: Selected Papers*, Dudley Duncan O., Chicago.
- Ong A. (1999), *Flexible Citizenship: The Cultural Logics of Transnationality*, Duke University Press, Durham.
- Ong J, W. (1986), *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*, il Mulino, Bologna.
- Orsini A. (2019), *Viva gli immigrati. Gestire la politica migratoria per tornare protagonisti in Europa*, Rizzoli, Milano.
- Pace E. (2008), *Raccontare Dio. La religione come comunicazione*, Il Mulino, Bologna.
- Padula M. (2009), *Immersi nei media. Il nuovo modo di essere vivi*, Rubettino, Catanzaro.
- Palidda S. (2011), *Racial Criminalization of Migrants in the 21st Century*, Farnham, Ashgate.
- Papuzzi A. (2003), *Professione giornalista: le tecniche, i media, le regole*, Donzelli editore, Roma.
- Parisier E. (2011), *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, Penguin Group, New York.
- Park R. E. (1940), News as a form of Knowledge, in *American Journal of Sociology*, 45, pp. 669-686.
- Pasquali F. (2012), Networked audiences and small-scale groups belongings: Viewing, sharing, and archiving Tv content in the Italian social media scenario, *Observatorio Journal*, pp. 181-196.
- Pearce B.W., (2004), *Comunicazione e condizione umana*, Milano: Franco Angeli.
- Pellegrino V. (2009), *L'Occidente e il Mediterraneo agli occhi dei migranti*, Unicopli, Milano
- Perrone L. (1994), *Quali politiche per l'immigrazione?*, Milella, Lecce.
- Peruzzi G. (2012), *Fondamenti di comunicazione sociale*, Carocci, Roma.
- Petersson, Tyler K. (2008), *Majority Cultures and the Everyday Politics of Ethnic Difference*, Palgrave macmillan, London.
- Piaget J., Inhelder B. (1976), *La rappresentazione dello spazio nel bambino*, Giunti e Barbera, Firenze.
- Pickering M. (2001), *Stereotipi. L'Altro. La Nazione. Lo straniero*, Mediascape, Firenze.

- Plava, A. (2020), Crime Hotspots, in *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*, G.Ritzer ed. (online)
- Pogliano A. (2016), News Media and Immigration in the EU: Where and How the Local Dimension Matters. In Pastore F., Ponzio I. (eds), *Inter-group Relations and Migrant Integration in European Cities*, IMISCOE Research Series, Springer, pp-151-153.
- Pollini G., Scidà (2002), *Sociologia delle migrazioni e della società multi-etnica*, Franco Angeli, Milano.
- Popitz H. (1996), *Verso una società artificiale*, Editori Riuniti, Roma
- Portera A. (1999), *Educazione umanistica interculturale nella famiglia*, in Secco L. Portera A., *L'educazione umanistica interculturale nelle agenzie educative*, Cedam, Padova.
- Pred A., Watts M. (1992), *Reworking Modernity: Capitalism and Symbolic Discontent*, Rutgers University Press, New Brunswick .
- Prensky M. (2013), *La mente aumentata. Dai nativi digitali alla saggezza digitale*, Erickson, Trento.
- Pugliese E., (2003), *L'Italia tra migrazioni internazionali e migrazioni interne*, Il Mulino, Bologna.
- Quattrociochi W., Vicini A. (2017), *Misinformation. Guida alla società dell'informazione e della credulità*, Franco Angeli, Milano.
- Raine L., Wellman B. (2012), *Networked: The new social operating system*, Cambridge: MIT Press.
- Remotti F. (1996), *Contro l'identità*, Laterza, Bari-Roma.
- Rheingold H. (1993), *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier*, Addison-Wesley.
- Rheingold H. (1994), *Comunità virtuali*, Sperling&Kupfer, Milano.
- Ricoeur P. (2001), *La traduzione tra etica ed ermeneutica*, Morcelliana, Brescia.
- Rifkin J. (2001), *L'era dell'accesso. La rivoluzione della new economy*, Mondadori, Milano.
- Riva (2012), *Spazi di comunicazione e identità immigrata*, Franco Angeli, Milano.
- Rivoltella, P.C. (2001). *Media Education*, Carocci, Roma.
- Rivoltella P.C. (2009), *Pedagogia dei media*, in Viganò D.E. (a cura di), *Dizionario della comunicazione*, Carocci, Roma.
- Rivoltella P. C. (2010), *Il volto sociale di Facebook. Rappresentazione e costruzione identitaria nella società estroflessa*, in Vinci D. (a cura di), *Il volto nel pensiero contemporaneo*, Il pozzo di Giacobbe, Trapani.
- Rodríguez-Wangüemert C., Martínez-Torvisco J. (2017), Human rights through the paradigm changes of the social communication theories, *International Review of Sociology*, 27:2, 230-240.
- Roidi V. (2001), *La fabbrica delle notizie. Piccola guida ai quotidiani italiani*, Laterza, Roma-Bari.
- Romeo A. (2011), *Società, relazioni e nuove tecnologie*, Franco Angeli, Milano.
- Rosaldo R. (2001), *Cultura e verità*, Meltemi, Roma.
- Ruddock A. (2008), Media studies on fire: audiences, reception, and the experience of antisocial behaviour, in *Popular Communication*. 6, 4.
- Russo Spina M. (2009), L'uso strumentale delle differenze religiose: l'Islam nelle retoriche pubbliche, in *Naletto G.*, Rapporto sul razzismo in Italia, Manifestolibri, Roma, 47-51.
- Sacks J. (2002), *The Dignity of Difference: How to Avoid the Clash of Civilizations*, Continuum, London

- Said E. W. (1995), *Orientalismo*, Feltrinelli, Milano.
- Saint-Blancat C. (1995), *L'islam della diaspora*, Roma: Edizioni Lavoro.
- Saraceno C., Sartor N., Sciortino G. (a cura di) (2013), *Stranieri e disuguali: le disuguaglianze nei diritti e nelle condizioni di vita degli immigrati* Il Mulino, Bologna.
- Sarri M (2007). *Il giornalismo sociale*. Roma: Carocci.
- Scannel P. (1996), *Radio, Television and Modern Life: A Phenomenological Approach*, Blackwell, Oxford
- Shuter, R. (2012), Intercultural new media studies: The next frontier in intercultural communication, *Journal of Intercultural Communication Research*, 41(3), 119-137.
- Shuter, R., & Kurylo, A. (2015), Intercultural new media research for the 21st century. *International Journal of Interactive Communication Systems and Technologies*, 5(1), 4-9.
- Schiesaro G. (2018), *I migranti con lo smartphone*, VIS, Roma.
- Schütz A. (2013), *Lo straniero. Un saggio di psicologia sociale*, Asterios, Trieste
- Sciortino G. (2017), *Rebus immigrazione*, il Mulino, Bologna.
- Seiter E. (2005), *The Internet Playground: Children's Entertainment, Access and Mis-Education*, Peter Lang, Berlin.
- Semeraro A. (2007), *Pedagogia e comunicazione. Paradigmi e intersezioni*, Carocci, Roma.
- Sennet R. (2014), *Lo straniero: due saggi sull'esilio*, Feltrinelli, Milano.
- Shelley L. (2014), *Human Smuggling and Trafficking in Europe: A Comparative Perspective*, Migration Policy Institute, Washington.
- Shirky C. (2010), *Surplus cognitivo. Creatività e generosità nell'era digitale*, Codice, Torino.
- Sibathu R. (2004), *Il cittadino che non c'è. L'immigrazione nei media italiani*, Edup, Roma.
- Silverstone R. (2002), *Perché studiare i media?*, il Mulino, Bologna.
- Silverstone R. (2005), *Media, Technology and Everyday Life in Europe: From Information to Communication* Ashgate, UK.
- Silverstone R. (2009), *Mediapolis, La responsabilità dei media nella civiltà globale*, Vita&Pensiero, Milano.
- Simmel G. (1950), *The Sociology of Georg Simmel*, Free Press, NY.
- Simmel G. (1989), *Sociologia, Comunità*, Milano.
- Simmel G. (1996), *Le metropoli e la vita dello spirito*, Armando editore, Roma.
- Solivetti L.M. (2013), *Immigrazione, società e crimine. Dati e considerazioni sul caso Italia*, il Mulino, Bologna.
- Sorice M. (1995), *Logiche dell'illogico. Introduzione alle teorie del consumo*, Seam, Roma.
- Sorice M. (2002), *Lo specchio magico. Linguaggi, formati, generi e pubblici della televisione italiana*, Editori Riuniti, Roma.
- Sorrentino C. (1995), *I percorsi della notizia. La stampa quotidiana italiana tra politica e mercato*, Baskerville, Bologna.

- Sorrentino C. (2004), La memoria corta. Appunti per un giornalismo responsabile, *Problemi dell'informazione* n.4, pp. 447-468.
- Spadaro A. (2012), *L'annuncio della fede nella cultura digitale*, in Padula M. (a cura di), *La fede comunicata. Una riflessione teologico-pastorale*, Lateran University Press, Città del Vaticano.
- Spitzberg, B. H. (2002), Cyberstalking and the technologies of interpersonal terrorism, *New Media & Society*, 4, 71–92.
- Steiner G. (1984), *Dopo Babele*, Sansoni, Firenze.
- Stevenson N. (1999), *The Transformation of the Media: Globalisation, Morality and Ethics*, Longman, London.
- Surian A.(1998), *L'educazione interculturale in Europa*, EMI, Bologna.
- Susca V., de Kerchove (2008), *Transpolitica. Nuovi rapporti di potere e di sapere*, Apogeo, Milano.
- Sustein R.C. (2009), *On Rumors: How Falsehoods Spread, Why We Believe Them, What Can Be Done*, FSG, New York, NY.
- SWG (2017), *Hate speech e fake news tra cittadini, lavoratori e dirigenti*, Trieste.
- Tabboni S. (2006), *Lo straniero e l'altro*, Liguori, Napoli
- Tagliagambe S. (1997), *Epistemologia del cyberspazio*, Demos Editore, Cagliari.
- Tamburini P. (2017), *La comunicazione di cittadinanza, in Il ruolo della Comunicazione Pubblica di fronte alla sfide dell'immigrazione*, COSPE Onlus, Bologna.
- Tarozzi M., Torres C.A. (2016), *Global Citizenship Education and the Crises of Multiculturalism. Comparative Perspectives*, Bloomsburt Academic, London.
- Thompson J. B. (1998), *Mezzi di comunicazione e modernità*, il Mulino, Bologna.
- Toschi L. (2016), *Processi di interazione. Culture, comunicazione e intersoggettività nell'era postmoderna*, Bonanno ed., Roma.
- Tuan Y.-F. (1977), *Space and Place: The Perspective of Experience*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Tuan Y.-F. (1996), Space and Place: Humanistic Perspective of Experience, in Agnew J. Livingstone D.N., Rogers A. (eds.), *Human Geography: An Essential Anthology*, Blackwell, Malden (MA).
- Tunstall J. (1977), *The Media are American: Anglo-American Media in the World*, Constable, London.
- Turkle S. (2016), *La conversazione necessaria*, Einaudi, Torino
- Urry J. (2000), *Sociology beyond Societies: Mobilities for the Twenty-first century*, Routledge, London.
- Urry J. (2002), Mobility and Proximity, *Sociology*, vol.36, pp. 255-74.
- Urry J. (2007), *Mobilities*, Polity, Cambridge.
- Walzer . (2000), *Sulla tolleranza*, Laterza, Roma – Bari.
- Weber M. (1968), *Economia e società*, Comunità, Milano.
- Welsch W. (1999), Transculturality: The Puzzling Form Cultures Today, in Featherstone M, Lash S., *Spaces of Culture: City, Nation, World*, Sage, London, pp. 194-213.

- Wessendorf S. (2010), *The multiculturalism backlash : European discourses, policies, and practices*, Routledge, NY.
- Weyland B. (2013), *Media e spazi della scuola. Dove, come e perché*, LaScuola, Brescia.
- Wieviorka M. (1993), *Lo spazio del razzismo*, Milano, il Saggiatore, Milano.
- Williams B. (2002), *Genealogia della verità: storie e virtù del dire il vero*, Fazi, Roma.
- Wolf M. (1998), *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bompiani, Milano.
- Zanetti F. (2002), *Telematica e Intercultura. Le differenze culturali nelle contraddizioni del villaggio globale*, Edizioni Junior, Bergamo.
- Zanfrini L. (2007) *Sociologia delle migrazioni*, Laterza, Roma-Bari.
- Zanfrini L. (2011), *Sociologia delle differenze e delle disuguaglianze*, Zanichelli, Bologna.
- Ziccardi G. (2016), *L'odio online. Violenza verbale e ossessioni in rete*, Raffaello Cortina Editore, Milano.
- Zielinski S. (2006), *Deep Time of the Media: Toward an Archaeology of Hearing and Seeing by Technical Means*, The MIT Press, Cambridge.
- Zincone G. (2009), a cura di, *Immigrazione: segnali di integrazione. Sanità, scuola e casa*, il Mulino, Bologna.

Sitografia

- Affricott J. (2018), “È iniziata la caccia al nero. I fatti di Macerata visti da una nera italiana “, testo disponibile al sito: <https://www.vice.com/it/article/8xd955/luca-traini-macerata-razzismo>.
- Associazione Carta di Roma (2016), *Notizie oltre i muri*, testo disponibile al sito: https://www.osservatorio.it/wp-content/uploads/Rapporto-2016_-cartadiroma.pdf.
- Brandle N. (2017), *Risks of Recognition*, testo disponibile al sito: <https://www.newamerica.org/cybersecurity-initiative/humans-of-cybersecurity/blog/risks-of-recognition/>.
- Brunwasser M. (2015), “A 21st-Century Migrant’s Essentials: Food, Shelter, Smartphone”, testo disponibile al sito: <https://www.nytimes.com/2015/08/26/world/europe/a-21st-century-migrants-checklist-water-shelter-smartphone.html>.
- Buoncompagni G. (2018), *Towards more open information : digital media as moral, civic and multicultural environments*, testo disponibile al sito: <https://www.tafterjournal.it/2018/07/15/towards-more-open-information-digital-media-as-moral-civic-and-multicultural-environments/>.
- Buoncompagni G. (2019), *L’Alterità e il diritto all’ospitalità*, testo disponibile al sito: <https://larivistaculturale.com/2019/08/07/l-alterita-e-il-diritto-all-ospitalita/>.
- Censis (2017), *I media e il nuovo immaginario collettivo*, testo disponibile al sito: http://comunicazione.formez.it/sites/all/files/censis_sintesi_2.pdf.

Connor P. (2017), *The digital footprint of Europe's refugee*, testo disponibile al sito: <https://www.pewresearch.org/global/2017/06/08/digital-footprint-of-europes-refugees/>.

Cosimi S. (2017), *Bufale, il debunking fa più danni che altro. E le fake news resistono*, testo disponibile al sito: https://www.repubblica.it/tecnologia/2017/07/27/news/combattere_le_bufale_non_sempre_giova_alla_scienza-171759049/.

Data&Society (2019), *Digital Identity In The Migration & Refugee Context. Italy Case Study*, testo disponibile al sito: <https://datasociety.net/library/digital-identity-in-the-migration-refugee-context/>.

D'Amico Barbara (2014), "Icowa, la app che insegna", testo disponibile al sito: <https://www.lastampa.it/blogs/2014/03/28/news/icowa-la-app-che-insegna-1.37050995>.

de Kerchove D. (1996), *Marshall McLuhan secondo Derrick de Kerckhove*, disponibile al sito: <https://www.youtube.com/watch?v=jBflrcEilao>.

Di Nicola A, Baratto G. , Martini E. (2017), *Surf and Sound. The Role Of The Internet in People Smuggling and Human Trafficking*, testo disponibile al sito: <http://www.surfandsound.eu/>.

Ethical Journalism Network (2015), *Moving Stories*, testo disponibile al sito: <https://ethicaljournalismnetwork.org/assets/docs/038/141/6adda26-23eaf8d.pdf>.

Facebook Trasparenza (2019), *Report sull'applicazione degli Standard della community*, testo disponibile al sito: <https://transparency.facebook.com/community-standards-enforcement>.

Freedman D (2020), *The Streetlight Effect*, testo disponibile al sito: <https://freedman.com/2010/10/20/the-streetlight-effect/>.

Internet World Stats (2016), *World Internet Usage And Population Statistics*, testo disponibile al sito: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>.

Jo Cox Committee (2017). *Relazione finale Camera dei Deputati XVII Legislatura*, testo disponibile al sito: https://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/commissione_intolleranza_resoconti/resocontos/000/000/012/resoconto_2017_03_09_def.pdf.

Kurtzleben D. (2018), *Did Fake News On Facebook Help Elect Trump? Here's What We Know*, testo disponibile al sito: <https://www.npr.org/2018/04/11/601323233/6-facts-we-know-about-fake-news-in-the-2016-election?t=1588316880312>.

Lind D. (2018), "What chain migration really means — and why Donald Trump hates it so much", testo disponibile al sito: <https://www.vox.com/policy-and-politics/2017/12/29/16504272/chain-migration-family-how-trump-end>.

Milano F. (2018), "Twitter si conferma il social più politico", testo disponibile al sito: <https://www.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2018-12-05/twitter-si-conferma-social-piu-politico-111913.shtml?uuid=AE3BERtG>.

Musarò P. (2020), “*Pandemia, infodemia, fobocrazia. Quel nemico invisibile che ha spento e riacceso le luci sugli invisibili*” testo disponibile al sito: <https://openmigration.org/idee/pandemia-infodemia-fobocrazia-quel-nemico-invisibile-che-ha-spen-to-e-riacceso-le-luci-sugli-invisibili/>.

New York Crime Commission (2015), *Risk for Violence on Social Media*, testo disponibile al sito: <http://www.nycrimecommission.org/pdfs/social-media-violence-risk-for-violence-on-social-media.pdf>.

O’Malley J. (2015), “Surprised that Syrian refugees have smartphones? Sorry to break this to you, but you’re an idiot”, testo disponibile al sito : <https://www.independent.co.uk/voices/comment/surprised-that-syrian-refugees-have-smartphones-well-sorry-to-break-this-to-you-but-youre-an-idiot-10489719.html>.

Oggiano F. (2019), “Indignarsi perché i migranti hanno un cellulare è da ignoranti”, testo disponibile al sito: <https://thevision.com/attualita/migranti-cellulari-indignarsi/>.

Okong’o G. (2017), “Kenya: the potential and limitations of electoral technology”, testo disponibile al sito: <https://www.idea.int/news-media/news/kenya-potential-and-limitations-electoral-technology>.

Panosetti D. (2018), *Arjun Appadurai. Diritto all’immaginazione*, testo disponibile al sito: <https://www.doppiozero.com/materiali/arjun-appadurai-diritto-allimmaginazione>.

PrimaOnline (2017) “Nove italiani su 10 guardano la tv e 1 su 2 ascolta la radio. I dati dell’Annuario Istat”, testo disponibile al sito: <https://www.primaonline.it/2017/12/28/264968/dati-annuario-istat-2017/>.

Privacy International (2019), *Communities at risk: How governments are using tech to target migrants*, testo disponibile al sito: <https://privacyinternational.org/news-analysis/2781/communities-risk-how-governments-are-using-tech-target-migrants>.

Pelizza A., Lausberg Y., Milan S (2020), “Come e perché rendere visibili i migranti nei dati della pandemia”, testo disponibile al sito: <https://www.internazionale.it/opinione/annalisa-pelizza/2020/05/14/migranti-dati-pandemia>

Rijitano R. (2018), “Odio online, i filtri automatici? Un disastro: basta una lettera per ingannarli”, testo disponibile al sito: https://www.repubblica.it/tecnologia/socialnetwork/2018/09/12/news/odio_online_che_disastro_i_filtri_automatici_basta_una_lettera_per_ingannarli-206266171/.

Russo V. (2019), *Si, i social media e gli schermi cambiano il cervello*, testo disponibile al sito: <https://www.media2000.it/numero-326/>.

Skuola.Net (2017), ‘*Fake News? Non è una trappola per giovani: 9 su 10 sicuri di saper riconoscere una bufala online*’, testo disponibile al sito: <https://www.lastampa.it/blogs/2017/12/01/news/fake-news-non-e-una-trappola-per-giovani-9-su-10-sicuri-di-saper-riconoscere-una-bufala-online-1.37250959>.

Tufekci Z., Talbot D. (2016), “Remaking Social Media for the Next Revolution”, testo disponibile al sito: <https://www.technologyreview.com/s/601241/remaking-social-media-for-the-next-revolution/>.

UNHCR (2016), *Rifugiati: 4luoghi comuni da smontare*, testo disponibile al sito: <https://www.unhcr.it/risorse/carta-di-roma/fact-checking/rifugiati-4-luoghi-comuni-smentire>.

UNHCR (2017), *The Common Cash Facility*, testo disponibile al sito:
<https://www.unhcr.org/596331dd7.pdf>.

United Nations Office On Drugs And Crime (2004), *United Nations Convention Against Transnational Organized Crime And The Protocols Thereto*, testo disponibile al sito:
<https://www.unodc.org/documents/treaties/UNTOC/Publications/TOC%20Convention/TOCebook-e.pdf>.

Wearesocial Report (2017), *Digital in 2017 Global Overview*, testo disponibile al sito:
<https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>.

World Press Trends Database (2016), testo disponibile al sito: <http://www.wptdatabase.org/>.