

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE, GIURIDICHE E
STUDI INTERNAZIONALI

Corso di laurea *Triennale* in SCIENZE POLITICHE, RELAZIONI
INTERNAZIONALI, DIRITTI UMANI



L'IMMIGRAZIONE NELLA COMUNICAZIONE
POLITICO-MEDIALE: REALTÀ E
RAPPRESENTAZIONE

Relatore: Prof. MARCO ALMAGISTI

Laureanda: GIORGIA BATTISTIN

matricola N. 2009143

A.A. 2023/2024

*A mia nonna Anna,
questa laurea è per te.*

*Nonostante tu sia la mia rondine andata via,
spero di continuare a renderti orgogliosa di me,
sempre.*

INDICE

INTRODUZIONE

CAPITOLO I: La comunicazione politica nell'era dei social media

1.1 Come la mediatizzazione ha influenzato la comunicazione politica

1.2 Le *echo chambers* e la polarizzazione politica online

1.3 *Hate speech* e *fake news*: elementi caratterizzanti delle posizioni populiste

CAPITOLO II: L'influenza mediatica nella costruzione del tema immigrazione

2.1 Il potere di *agenda setting* e il processo di *framing* dei media

2.2 *Frames* dominanti nella rappresentazione del fenomeno: securitario e umanitario

CAPITOLO III: Il discorso populista sull'immigrazione

3.1 Tratti salienti del populismo (digitale) di destra

3.2 Il populismo come politica dei margini

CONCLUSIONE

BIBLIOGRAFIA

SITOGRAFIA

INTRODUZIONE

«Ciò che sappiamo della nostra società ed in generale del mondo in cui
viviamo lo sappiamo dai mass media»

(N. Luhmann)

I discorsi politici e mediatici in merito al fenomeno migratorio hanno un'importante funzione di orientamento dell'opinione pubblica sulla percezione del fenomeno, delineando quello che è il discorso pubblico sull'immigrazione, ovvero «le definizioni pubbliche prodotte dai media, legittimate dagli esperti, scienziati o testimoni privilegiati, rinforzate, rilanciate e fatte diventare operative dal sistema politico» (Dal Lago, 1998)¹. Questa tesi si pone l'obiettivo di approfondire le dinamiche che intercorrono tra la *realtà* e la *rappresentazione* dell'immigrazione nella comunicazione mediale e politica, le quali ricoprono un ruolo fondamentale nella strutturazione del dibattito pubblico italiano intorno alla *issue* migratoria. Una particolare curiosità per questa tematica mi ha sempre attratto, dovuta al fatto di essermi accorta che ognuno, in modo diverso, viene influenzato dalle notizie che quotidianamente si leggono, specialmente in base a come queste vengono scritte e confezionate emotivamente; in particolar modo quando queste riguardano primarie tematiche sociali, politiche ed economiche, tra le quali l'immigrazione ricopre un ruolo importante.

Nel primo capitolo si analizza l'evoluzione della comunicazione politica, con particolare attenzione ai processi di mediatizzazione che ne hanno modificato le caratteristiche e i contenuti, nonché le modalità di trasmissione al grande pubblico e l'atteggiamento e le proposte dei leader protagonisti della scena politica. Si ricercano dunque le peculiarità della nuova comunicazione politica online, caratterizzata da una logica di disintermediazione e di orizzontalità dell'informazione, che permette ai

¹ Dal Lago A. (a cura di) (1998), *Lo straniero e il nemico. Materiali per l'etnografia contemporanea*. Costa e Nolan, Genova-Milano.

leader politici di intercettare in tempo reale ciò che i cittadini pensano e come percepiscono una determinata questione sociale. Intendendo sviluppare l'analisi declinando le dinamiche di polarizzazione nel contesto della comunicazione politica, si presta attenzione al ruolo che i mass media e i mezzi d'informazione svolgono nel creare opinioni pubbliche e idee condivise, ma al tempo stesso divisive. La polarizzazione delle opinioni, molto tipica in politica, viene amplificata dalla presenza di *echo chambers* online, ambienti autoreferenziali in cui l'opinione politica su un determinato argomento viene rafforzata e sostenuta, a scapito del sano meccanismo democratico del confronto e del pluralismo delle idee. In un contesto di forte polarizzazione, l'informazione rischia di essere compromessa, poiché quando questa avviene secondo meccanismi selettivi tende ad esporre gli individui alla disinformazione e dunque alle *fake news*. Inoltre, poiché i fatti oggettivi sembrano avere sempre meno influenza delle emozioni e delle convinzioni personali, lo stile di scrittura ed il carico emotivo del contenuto dell'informazione hanno un ruolo importante nella diffusione del messaggio; a conclusione del capitolo, si esamina quindi il fenomeno dell'*hate speech*, forme di espressione che diffondono, incitano, promuovono o giustificano l'odio razziale, la xenofobia, l'antisemitismo e altre forme d'odio basate sull'intolleranza.

Con il secondo capitolo, si studia nello specifico l'influenza della rappresentazione mediatica nella costruzione del tema immigrazione e nell'immagine dell'immigrato. Nelle società contemporanee, connotate da un'assenza di costanti e da una ricchezza di variabili, i mezzi di comunicazione di massa detengono un enorme potere di creazione della realtà in quanto costituiscono lo strumento principale attraverso cui avviene la veicolazione del senso comune nonché la produzione e ri-produzione di innumerevoli significati culturali. In merito alla relazione tra media e immigrazione, si è cercato di delineare come i media non siano semplici strumenti per trasmettere informazioni su una determinata tematica, bensì agenti capaci di produrre ed ampliare rappresentazioni collettive che

diventano vere e proprie categorie di senso attraverso cui il pubblico fruitore dei media organizza la percezione e la comprensione dei fatti reali e sociali. Intronò alle questioni sociali infatti, da una parte i media pongono enfasi su determinati aspetti dell'argomento, e dall'altra mettono in secondo piano altrettante sfaccettature della materia, creando una specifica narrazione che viene ripresa e inquadrata dagli attori politici. La narrazione dell'immigrazione intorno alla cornice securitaria e/o umanitaria, oltre alla concentrazione delle notizie sugli sbarchi e sulle difficoltà di arrivo dei migranti, non tiene in considerazione molteplici aspetti e punti di vista sul fenomeno, «un'ampia fascia di "non detto" che va a rinforzare quindi tutte quelle storie che restano "sospese"»²; inoltre, questo tipo di narrativa, politicamente imprecisa, non fa altro che confondere il cittadino su una tematica altamente delicata e complessa, portando così ad un'interpretazione errata del fenomeno stesso.

Nel terzo e ultimo capitolo si approfondisce il binomio composto da politiche anti-immigrazione e populismo *far-right*. La scelta di approfondire il fenomeno del populismo in Italia si fonda su due motivazioni: da un lato, i partiti populistici sfruttano la comunicazione politica dell'ambiente digitale radicalizzando la polarizzazione delle opinioni ricorrendo all'utilizzo, più o meno esplicito, di *fake news* e normalizzando l'utilizzo di un linguaggio fortemente emozionale, connotato negativamente, volto ad ostracizzare gli *Altri*. Il populismo di destra sottolinea infatti una visione manichea della società basata su un'opposizione *in/out*: *Noi* il "popolo" e *Loro*, gli stranieri, i quali minacciano i valori e le identità del "popolo" moralmente retto; nella pratica questo si traduce associando alle istanze identitarie sovraniste e nazionaliste elementi quali il risentimento anti-immigrazione, la xenofobia e una forte opposizione al multiculturalismo. Dall'altro lato, i partiti populistici sono coloro che più hanno ripreso e amplificato la rappresentazione mediatica che ne risulta dell'immigrazione, catalizzando gli umori e i

² Di Fraia G., Risi E. Sbarchi mediatici. Pratiche di consumo mediale e rappresentazioni socio-narrative del fenomeno migratorio. *Mediascapes Journal*, 2018, (11), 95–120. Recuperato da <https://rosa.uniroma1.it/rosa03/mediascapes/article/view/14549>

risentimenti dei cittadini e indirizzandoli verso il bersaglio più facile e individuabile, l'immigrato, contribuendo così ad alimentare una spirale di odio e diffidenza verso immigrati e minoranze etniche. In ultima analisi si analizza come la narrazione dell'immigrazione entro la logica securitaria e dell'emergenza sia stata resa possibile e favorita dal percorso di *policy* legislativo, nel quale i populistici di destra hanno giocato un ruolo fondamentale nell'inasprimento delle logiche securitarie, portando di fatto ad un processo di esclusione sociale delle minoranze attraverso una graduale precarizzazione della loro presenza entro i confini nazionali.

LA COMUNICAZIONE POLITICA NELL'ERA DEI SOCIAL MEDIA

1.1 Come la mediatizzazione ha influenzato la comunicazione politica

Tra potere politico e comunicazione c'è un rapporto che potremmo definire di "interdipendenza": il potere si serve della comunicazione e questa, soprattutto a partire da una certa epoca storica, ovvero quando entriamo nella comunicazione di massa, non può fare a meno di entrare nella relazione che si viene ad instaurare tra sfera politica e cittadini.

Per comunicazione politica si intende «lo scambio ed il confronto dei contenuti di interesse pubblico politico prodotti dal sistema politico stesso, dal sistema dei mass-media e dal cittadino, non solamente nella sua veste di elettore» (Mazzoleni, 2021); dunque, capiamo facilmente come essa sia un processo che si sviluppa attorno a scambi pluridirezionali che vede interessati diversi attori (ovvero: sistema politico, quello dei media, e i cittadini-elettori) i quali non solo creano, ma veicolano e recepiscono contenuti e messaggi di natura politica elaborandoli in varie e diverse forme. Politici, media e cittadini sono quindi il fulcro di questo ecosistema complesso che è la comunicazione politica. I rappresentanti del sistema politico comunicano direttamente e indirettamente con i cittadini-elettori i quali, a loro volta, partecipano ai dibattiti pubblici ed esercitando il diritto di voto ne orientano le scelte; il sistema politico, a sua volta, comunica costantemente con quello mediatico, che svolge un ruolo fondamentale nella promozione e diffusione dei contenuti politici nella sfera pubblica, orientando le opinioni dei cittadini. Indispensabile sottolineare che, parlando di comunicazione politica non si può non intendere questa come un processo dinamico, in continua evoluzione; guardando ad un secolo fa, sarebbe stato impensabile immaginare la strettissima correlazione tra politica e media che si è andata delineandosi, fino ad arrivare ai giorni nostri dove è inconcepibile uno scenario politico lontano dagli schemi mediatici.

Il ruolo sempre più crescente e performante della rete e dei social media nella politica contemporanea, fanno sì che non si possa parlare di comunicazione politica senza andare ad analizzare quel processo di mediatizzazione della politica, «che ha visto i media e le tecnologie della comunicazione partecipare alla modificazione e riorganizzazione di vasti ambiti e settori della realtà sociale» (Riva, 2021). È doveroso puntualizzare che, prima di una mediatizzazione della politica si è verificata, nei decenni, una mediatizzazione della società dovuta al progressivo sostituirsi dei media come agenzie di socializzazione al posto di quelle tradizioni, quali Chiesa, scuola, partito. In questo senso, i media si configurano come dei mezzi che esprimono e riproducono la società e le sue credenze; «è in questo spazio pubblico che prendono forma quella narrazione e quella dialettica sulle questioni ritenute di interesse pubblico» (Riva, 2021). Difatti, il focus principale della presente ricerca sta proprio nell'individuare come la trasmissione mediatica influenzi l'opinione comune nei confronti del tema migratorio, dandone di conseguenza una precisa costruzione e rappresentazione sociale del fenomeno.

Con la finalità di comprendere il fenomeno della mediatizzazione della politica e le sue implicazioni, occorre delineare il percorso e le tappe evolutive della comunicazione politica; a tal fine, è bene tenere a mente l'analisi dei due studiosi inglesi J. Blumler e D. Kavanagh, i quali hanno individuato tre diverse fasi storiche che hanno caratterizzato la dinamica e il mutamento della comunicazione politica. Con uno sguardo peculiare al caso italiano, si nota come esse siano intrinsecamente collegate alla nascita ed espansione della televisione, un mezzo comunicativo di massa che ha rivoluzionato il panorama sociale e culturale nel nostro paese. Nonostante le prime "embrionali" forme di comunicazione politica si sviluppino già a partire dall'antica Grecia, con la diffusione de "*l'arte della retorica*"³, è solamente a partire dal XX secolo che si può parlare di comunicazione

³ L'arte del parlare e dello scrivere in modo ornato ed efficace. Sviluppata nella Grecia antica con i sofisti, con finalità prevalentemente pragmatiche, come tecnica del discorso teso a persuadere, fu quindi applicata all'oratoria giudiziaria. (Treccani)

politica in senso pieno, con la nascita di strumenti e mezzi di comunicazione di massa. In particolare, è dagli Stati Uniti che viene questo nuovo impulso quando, a seguito del secondo conflitto mondiale, con l'affermazione della radio e della televisione, si pongono le basi per la sedimentazione e la definizione di una vera e propria strategia e dinamica della comunicazione politica. Difatti, è proprio qui che nascono le prime strategie di marketing politico, definibile come quel mezzo conoscitivo e propagandistico di cui le istituzioni politiche si servono per soddisfare la domanda dei cittadini-elettori.

Secondo Blumler e Kavanagh, la prima fase va dal secondo dopoguerra e si conclude negli anni '60; l'istituzione centrale è rappresentata dal partito, il cittadino si identifica integralmente in esso, nella sua ideologia, struttura e simbologia in un rapporto di tipo fideistico. La comunicazione politica non è incentrata sull'immagine e sulla presenza di un leader che fa da portavoce e carismatico, bensì su manifesti e slogan che richiamano i valori e i simboli del partito stesso. Siamo qui in un'epoca "pre-televisiva", in cui si ricorreva principalmente alla stampa per diffondere messaggi e informazioni. Paradosso ma al contempo peculiarità di questa fase storica, è dato dal fatto che erano relativamente pochi i cittadini che realmente comprendevano i temi e gli argomenti trattati e che si interessavano al fare politica; si tendeva a votare per la mera identificazione ideologica, oltre che per lealtà data dal contesto socio-culturale in cui si risiedeva. Importante sottolineare come, in Italia, la cosiddetta "età dell'oro dei partiti" si prolungherà fino ai primi anni '90, con la scomparsa dei due storici partiti egemoni, Democrazia Cristiana e Partito Comunista.

La seconda fase si sviluppa tra gli anni '60 e gli anni '80 del secolo scorso; di pari passo ad un sensibile mutamento sociale, si delinea un nuovo scenario per il rapporto tra la politica e i mezzi di comunicazione di massa. I giornali e la radio perdono di centralità come mezzi informativi a favore della televisione, e si viene a delineare quello che Mazzoleni identifica come

“modello mediatico”: i media si configurano come una sorta di bolla entro la quale si sviluppano nuove forme di comunicazione tra sistema politico e cittadini, e la sfera politica stessa assiste ad un processo di spettacolarizzazione. Questo modello mette in evidenza la dinamica che inizia a plasmarsi, e che si rafforza sempre più, tra la logica politica e quella dei media; i media non sono solo dei canali di comunicazione politica, ma la ridefiniscono profondamente seguendo logiche e regole proprie (*media logic*), adattando il messaggio politico ai formati, criteri e finalità delle istituzioni medial, selezionando ciò che è significativo e come deve essere comunicato (Riva, 2021). Si fa riferimento al fenomeno di “*agenda building*” dei media: non è più la politica che impone gli argomenti della discussione pubblica, ma sempre più questi vengono selezionati dai media e dalla televisione in particolare. Di conseguenza, anche gli stessi attori politici hanno finito per assumere stili, linguaggi e strategie discorsive tipiche della comunicazione mediatica. Grazie alla televisione, i principali personaggi politici dei vari partiti acquisiscono maggiore visibilità, diventando accessibili e popolari a milioni di persone; è proprio in questo periodo che, all’interno della programmazione Rai, nascono i primi programmi di approfondimento e dibattito politico come il celebre “Tribuna politica”. Si assiste dunque ad un progressivo slittamento dei dibattiti e dei comizi dalle piazze agli studi televisivi. Al nuovo uomo politico non è più richiesto carisma per comizi in piazza, ma abilità linguistiche da sfoggiare in dibattiti televisivi accompagnate da bella presenza e cura dei particolari. A tal proposito, negli Stati Uniti questo trasferimento di luogo era già iniziato negli anni ’60, con i celebri dibattiti televisivi tra J. F. Kennedy e R. Nixon per le presidenziali dello stesso anno. La differenza e la superiorità della performance e dell’immagine di Kennedy sono di tutta evidenza; molti sondaggi sui cittadini che avevano seguito il dibattito via tv, lo definivano più “telegenico”⁴ rispetto al suo avversario. Infatti, egli fu il primo a introdurre uno stile personalizzato nella politica, il “*self made man*” per eccellenza; fu tra i primi ad aver compreso l’importanza, per la conquista del consenso, dei mezzi di

⁴ Di persona o fisionomia che si presta bene alla ripresa per televisione. (Corriere)

comunicazione di massa. In Italia, il primo partito che si discosta dalle forme della comunicazione politica tradizionale è il Partito Socialista Italiano, in virtù della personalità del nuovo segretario Bettino Craxi: egli rivoluzionerà i connotati dell'immagine del partito e del politico stesso, nonché della propaganda politica. Un nuovo modo di fare politica che verte sul concetto di personalizzazione della politica, dato dalla crescita della leadership a scapito del regime partitico, il quale verrà ripreso e perfezionato dalle nuove forze politiche che si affacceranno sulla scena politica nazionale nel decennio successivo, primo fra tutti Silvio Berlusconi. Conseguentemente a quanto descritto, in questo periodo si assiste ad un cambiamento sostanziale delle ideologie politiche, dovuto ad una progressiva crisi dei partiti politici totalizzanti e allo sviluppo di un fenomeno descritto come "*floating voters*": gli elettori non sono più fidelizzati ad uno schieramento, ma si spostano da un partito all'altro. Questo fattore si collega intrinsecamente e influenzerà un altro processo in atto nell'era della politica mediatizzata, ovvero quello della volatilità elettorale e della crisi delle appartenenze, in cui il voto non è più di opinione, ma voto *leader oriented*.

Tutto ciò si consolida e si rafforza nella terza e ultima fase descritta dai due studiosi, che si apre negli anni '90 e si estende fino a comprendere l'epoca attuale, segnata dalla proliferazione dei mezzi di comunicazione e dalla sempre maggiore commercializzazione dei sistemi di comunicazione. L'impatto dei media in questo periodo è dominante; il mondo dell'informazione si sposta su ambiti più redditizi e a ricezione immediata, come il *gossip* (cronaca rosa⁵), le *soft news*⁶, «a scapito dell'informazione sostantiva, seria e possibilmente obiettiva, le *hard news*» (Mazzoleni e Bracciale, 2019) alimentando quel processo di *infotainment*, ovvero quando l'informazione vuole intrattenere, essere piacevole e quando i programmi di intrattenimento si interessano a fatti e personaggi della politica. Questo

⁵ Quella che si occupa dei personaggi del mondo dello spettacolo o più in generale della vita privata dei personaggi pubblici, con riferimento alle vicende sentimentali. (Treccani)

⁶ Fanno riferimento a notizie raccontate in modo sensazionalistico, divertente, curioso. (Mazzoleni e Bracciale, 2019)

comporta, implicitamente, ad una riduzione del dibattito pubblico e politico alle dimensioni minime, stabilite dai vincoli di produzione delle agenzie mediatiche; i contenuti politici si riducono a *sound bite*, battute e/o dichiarazioni frammentate, che si inseriscono in un più ampio contesto di informazione tout court. Di pari passo, aumentano i *talk show* con riferimento a temi politici e ai quali i politici si presentano come personaggi dinamici, intraprendenti, che spaziano da un argomento all'altro, introducendo elementi personali (*intimate politics*⁷) e cercando dunque di "popolarizzare" la politica; quello che Mazzoleni e Sfardini (2010) definiscono come *politainment*, ovvero quella «forma di comunicazione politica nata dall'incontro tra realtà politica e industria dell'intrattenimento e che ha portato i contenuti e gli attori della politica a rendersi prodotti della cultura popolare», sfociando in una spettacolarizzazione dell'informazione (Mazzoleni e Bracciale, 2019). Il *politainment* trae alcuni elementi e caratteristiche dalla cultura popolare e dal giornalismo ed è sovente utilizzare format della cultura di massa, come film, riviste di gossip, *reality* e *talk show*. Alla base di queste pratiche c'è l'idea che la politica possa e debba essere trasformata in qualcosa di divertente, di attraente, specie in sistemi elettorali dove è forte la personalizzazione della leadership politica e dove la competizione si svolge più tra personalità che tra idee e schieramenti; la conquista dell'elettore finisce con il coincidere con la conquista del pubblico televisivo. Come è possibile desumere, tutto questo non è frutto della sola inventiva dei leader, ma dietro di essi ci sono figure professionali, quali gli *spin doctor*, in grado di elaborare precise strategie di immagine in modo che il leader politico risulti convincente agli occhi dell'opinione pubblica.

A conclusione, riprendendo Mazzoleni, possiamo suddividere gli effetti prodotti dalla mediatizzazione della politica in due categorie: gli effetti mediatici, che riguardano prevalentemente gli aspetti mediatici della

⁷ La tendenza all'intimizzazione, quel processo di progressiva e costante esposizione sulla scena mediale di informazioni e immagini riguardanti la sfera privata e le caratteristiche personali di un attore politico. (Riva, 2021)

comunicazione politica, ovvero spettacolarizzazione, costruzione dell'agenda politica e frammentazione dell'informazione politica; e gli effetti politici, concernenti il modo in cui si presenta e funziona il sistema politico, e quindi personalizzazione, leaderizzazione e selezione delle élite politiche nella scelta delle figure politiche, basata sul profilo mediatico del candidato.

1.2 Le *echo chambers* e la polarizzazione politica online

Continuando la nostra analisi, il nuovo millennio è segnato anche dalla nascita di nuovi media digitali, specie in seguito alla nascita e al repentino sviluppo del Web, dalla diffusione e miglioramento di Internet e dallo sviluppo di numerosi e nuovi *social media*, che deterranno il monopolio della divulgazione delle notizie e delle informazioni rispetto ai media tradizionali. I nuovi canali comunicativi offerti dal web 2.0 hanno dato alla comunicazione politica un forte impulso, passando da una comunicazione unilaterale, fatta solo di trasmissione del messaggio politico attraverso i media, ad una comunicazione "social" più veloce, costituita da *feedback* di ritorno, ovvero dalla retroazione in positivo o negativo su un dato contenuto informativo. La rete «con la sua apertura, la sua struttura interattiva e flessibile, ha radicalmente cambiato la posizione del pubblico dall'essere semplicemente sul lato del consumo della comunicazione politica a uno stato di cittadinanza attiva, creativa e rumorosa» (Mazzoleni, 2012). Si è affermato un nuovo modello comunicativo del tipo *bottom up* e disintermediato, superando il tradizionale modello *top down*. Nella comunicazione politica attuale, il flusso comunicativo non è più gestito dall'alto e indirizzato verso il basso (*one-to-many*), ma parte dal basso e si dirige verso l'alto; ovvero, i cittadini prendono parte attivamente nel sistema politico, senza l'intermediazione di partiti e apparati istituzionali, velocizzando così di conseguenza l'interazione con gli attori politici. È una comunicazione orizzontale, *many-to-many*, e circolare «perché gli utenti dialogano tra loro e si scambiano informazioni, e perché ogni canale

informativo influenza l'altro, in un continuo ciclo di notizie» (Nicodemo, 2017).

Si evince come i nuovi media introducano una nuova forma di partecipazione politica; riprendendo Habermas, vi è una ridefinizione della nozione di "sfera pubblica", definita come quello spazio pubblico in cui si formano e si discutono opinioni su problemi di interesse generale che hanno un qualche riscontro politico. Questo spazio pubblico, questo confronto di idee, visioni e opinioni, oggi è costituito dalle piattaforme digitali; avviene dunque in una sfera pubblica mediatizzata, «in un contesto ibrido, dove può essere iniziato dagli altri media e rilanciato, ampliato e valorizzato dai e sui social media» (Mazzoleni e Bracciale, 2019), e che vede anche un ampliamento dell'interazione sociale al di là dei confini locali, verso una dimensione globale. Castells parla di "era delle autocomunicazioni di massa" per segnalare il doppio statuto del pubblico, produttore e consumatore di contenuti; inoltre, per "autocomunicazione" si fa riferimento alla produzione del contenuto che risulta essere autogenerata e alla ricerca di specifici messaggi nel web attraverso un processo di autoselezione. Il consolidamento dell'ecosistema digitale, non deve però mettere in secondo piano il ruolo che tutt'ora detengono i tradizionali mass media; Chadwick definisce l'attuale sistema mediale come ibrido, nel quale confluiscono, si sovrappongono e confliggono i vecchi e i nuovi media, le logiche mass mediali e le logiche mediali digitali.

Di per sé, dunque, la rete ha conferito alla massa dei cittadini il potere di far sentire e far valere la propria voce, di produrre e diffondere idee e opinioni, aumentando il grado di pluralismo e partecipazione nelle società contemporanee; e ha dato così la possibilità di avere libero accesso e acquisire una vasta gamma di dati e informazioni di varia natura. Questo da un lato, risulta essere un accrescimento di capitale sociale⁸, «laddove i

⁸ La somma delle risorse, materiali o meno, che ciascun individuo o gruppo sociale ottiene grazie alla partecipazione a una rete di relazioni interpersonali basate su principi di reciprocità e mutuo riconoscimento. (Pierre Bourdieu, sociologo)

cittadini vedono di essere con altri che condividono le stesse idee e cercano dunque di connettersi, discutere e agire collettivamente» (Mazzoleni e Bracciale, 2019), ma dall'altro, l'offerta d'informazione politica proviene da una molteplicità di fonti che comprendono sia quelle politiche ufficiali, sia post e tweet di commentatori e personalità di vario genere. Questo allargamento e conseguente eccesso di informazione, quindi, può comportare anche diversi e numerosi rischi, legati dalla disinformazione e dunque al proliferare di *fake news*, con i relativi problemi di distinzione tra notizie vere e notizie false, ma verosimili, che alimentano il diffondersi di discorsi e incitamenti all'odio (*hate speech*), forme di espressione d'odio razziale e di discriminazione; questo sarà oggetto di analisi e approfondimento nel prossimo paragrafo, in cui si andrà ad analizzare come questi elementi siano ricorrenti nelle retoriche populiste, specie in merito alla questione migratoria.

È bene rammentare che, prima della nascita del web, il processo più utilizzato era quello di *broadcasting*, in quanto unico fine dei media era quello di raggiungere l'intero pubblico senza classificazioni generiche di *audience*⁹; esso permetteva di raggiungere un pubblico potenzialmente ampio ma senza personalizzare il messaggio trasmesso, in quanto rivolto ad un pubblico pressoché passivo. Il processo avviato dai nuovi media è invece quello di *narrowcasting*, letteralmente "trasmissione ristretta", basato su una trasmissione di contenuti, informazioni e dati frammentata, ovvero più specifica e adatta alle esigenze del consumatore e quindi del ricevente; la comunicazione si rivolge quindi a settori ben specifici di pubblico. Come ha messo in evidenza Nicodemo (2017), si vengono a creare delle nicchie, dei sottogruppi di opinioni differenti che si orientano in base ai propri interessi, e i media a loro volta ne orientano le proposte in riferimento agli stessi contenuti di preferenza selezionati. «Il web e i social media tendono a polarizzare il dibattito entro aree di discussione circoscritte, fortemente

⁹ L'insieme degli ascoltatori o degli spettatori raggiunto da un programma radiofonico o televisivo o da un messaggio pubblicitario in un determinato periodo di tempo. (Treccani)

omogenee [...], dove gli argomenti sono coltivati, più che dibattuti, messi al riparo da obiezioni, anziché discussi» (Riva, 2021). Ciò significa che, anche quando gli individui sono volti ad ampliare la propria conoscenza, sono spinti invece a cercare e ricercare contenuti in linea con le proprie idee preesistenti, in quotidiani, forum e siti online. È ciò che in sociologia viene identificato come *confirmation bias* (ovvero “bias di conferma” o “pregiudizio di conferma”), quel meccanismo mentale inconscio in base al quale si prediligono informazioni che confermano le proprie convinzioni e opinioni maturate, scartando quelle contrarie alle idee di partenza o reinterpretandole in modo da sostenere e rafforzare i propri preconcetti. Questa attitudine risulta ancora più marcata quando si parla di temi divisori e fortemente polarizzanti; tenendo a mente il focus della presente ricerca, i processi di *confirmation bias* possono essere alla base di pregiudizi razziali e dunque fonte di discriminazione e costruzione di stereotipi, spesso rafforzati e reiterati dai media. Una persona, incline a pensare che “tutti gli immigrati sono delinquenti o compiono atti negativi, in quanto immigrati”, sarà propensa a trovare elementi di conferma nel titolo di una notizia sui giornali o alla tv, per esempio, soffermandosi solo su eventi che confermano la veridicità della sua tesi discriminatoria. Riportare dunque la nazionalità del criminale anche se non indispensabile alla comprensione della notizia, rafforza e radicalizza gli stigmi e i pregiudizi. Inoltre, per quanto concerne la comunicazione mediatica sul tema migratorio, spesso si tratta di un’informazione «caratterizzata da un’altissima autonomia dei temi e anche di singoli fatti, limitandosi a descrivere dettagli, ad alto impatto mediatico, di fenomeni di ampia e complessa portata» (Bulli e Tonini, 2021), basata sui meccanismi di *confirmation bias*, ovvero volta a restituire al pubblico ciò che crede e apprezza.

A seguito di quanto detto finora, analizzando la dinamica del discorso pubblico nei social media, è importante considerare anche il ruolo dell’omofilia, ovvero la tendenza degli individui ad associarsi, legarsi ed interagire con altri simili e che condividono opinioni similari; è un

meccanismo alla base e che evidenzia la natura stessa delle relazioni umane e delle reti sociali. L'effetto di queste comunità di discussione chiuse risulta essere la polarizzazione, specialmente quando si tratta di questioni politiche e socio-politiche; e ciò costituisce una minaccia per l'integrazione sociale e la stabilità politica, nonché per la democrazia in sé. Il risultato finale di queste diverse fratture ideologiche e di visione, è quello di una società polarizzata, in quanto gli individui sono organizzati in diverse e opposte fazioni con sistemi di credenze inconciliabili (Iannelli *et al.*, 2021).

A considerazione di tutto ciò, il fenomeno delle *echo chambers* (o “camere d’eco”) si viene a manifestare soprattutto nei social media e nelle piattaforme digitali, dove la personalizzazione dei contenuti fanno sì che gli utenti vengano esposti e racchiusi in diversi *clusters*. Possiamo definire le *echo chambers* come un ambiente autoreferenziale in cui l’opinione, la convinzione o l’inclinazione politica su un determinato argomento viene rafforzata tramite ripetute interazioni con coetanei o fonti che hanno tendenze e atteggiamenti simili (Quattrociochi *et al.*, 2021). In questi contesti, dunque, le idee simili si rinforzano a vicenda creando una sorta di “eco” poiché vi risuonano gli stessi punti di vista in modo continuativo, lasciando fuori le opinioni considerate divergenti; viene meno la ricchezza di idee e opinioni, il confronto democratico ed inclusivo tra punti di vista differenti, aumentando di conseguenza la distanza e il divario tra prospettive diverse e contrastanti. La diffusione delle camere di risonanza pone quindi dei problemi di *governance*, in quanto la polarizzazione delle opinioni può sfociare in autosegregazione, in gruppi dove è osteggiato il confronto democratico a favore di una sola narrazione. In un recente studio guidato dal professore Walter Quattrociochi de La Sapienza di Roma, viene preso in esame l’effetto di queste *echo chambers* all’interno di quattro social: Facebook, Twitter (attuale X), Reddit e Gab, simile a Twitter in quanto piattaforma di microblogging e social statunitense, nota per la sua utenza appartenente all’estrema destra. Unica differenza tra questi quattro social network riguarda gli algoritmi di feed, ovvero ciò che seleziona il contenuto

che effettivamente visualizziamo rispetto all'intera gamma della nostra rete sociale, implementati esclusivamente da Facebook e Twitter. Dallo studio è emerso come proprio su questi due social la segregazione all'interno delle *echo chambers* sia dominante, con la conseguenza che l'opinione iniziale degli utenti si radicalizza poi su posizioni più estreme, confermando dunque il ruolo di primo piano che assumono gli algoritmi di feed nelle dinamiche di polarizzazione.

A tal fine, Eli Pariser coniò il termine *filter bubbles* ("bolle filtro") proprio per descrivere il crescente uso della personalizzazione nella classifica dei risultati dei motori di ricerca e dei feed nei social media che andrebbe a creare «un universo unico di informazioni per ciascuno di noi», senza che il singolo utente prenda parte attivamente nella formazione di questo; dunque, algoritmi che orientano le informazioni che vengono messe a disposizione del singolo utente che naviga sul web, settando una precisa lettura di informazioni e dati che rispecchia le percezioni e le credenze preesistenti, raccomandando automaticamente contenuti che l'utente potrebbe concordare. Gli algoritmi che filtrano i contenuti sui social network creano dunque camere d'eco polarizzate di utenti, in quanto ognuna basata su una lettura parziale e partigiana della realtà. Una specifica declinazione della polarizzazione è quella che Sunstein definisce come *partyism*, una forma di ostilità e pregiudizio verso la fazione politica opposta e i suoi membri, trasformati in un nemico da demonizzare e combattere; un termine che racchiude in sé l'animosità di parte tipica della *partisanship* (connubio tra partigianeria e faziosità) e il razzismo, dato dal suffisso *-ism*. Difatti, una delle principali e diverse forme in cui la polarizzazione si può manifestare, è definita con il termine di "polarizzazione affettiva", la quale fa riferimento ai sentimenti e alle emozioni che gli individui manifestano verso i membri del proprio partito o gruppo politico, i quali diventano sempre più positivi, a scapito di quelli verso i membri del partito o gruppo politico opposto; una crescente divisione e avversione che si basa su un'ostilità e un pregiudizio emotivo più che su fattori ideologici. In una recente analisi condotta da

Vegetti e Širinić (2019), si nota come questo tipo di polarizzazione simbolica interessi anche il nostro paese, dove sapere se una persona si categorizza come di destra o di sinistra dirà molto di più sulla sua fedeltà partigiana rispetto che alle sue preferenze politiche; dunque le categorie di destra e sinistra si svuotano di contenuti di policy a favore di contenuti affettivi. Tuttavia, Lelkes distingue altri tre principali modi in cui la polarizzazione delle opinioni politiche può delinarsi; come detto precedentemente, la polarizzazione politica si verifica nella misura in cui la distribuzione delle opinioni politiche si radicalizza, raggruppandosi verso i due poli opposti più estremi; quindi, polarizzazione come divergenza, ma anche come consistenza, come un processo di allineamento delle opinioni concernenti diverse aree di un potenziale terreno di conflitto, senza che esse si collochino su posizioni estreme, di modo che i cittadini siano organizzati in fazioni opposte e con sistemi alternativi e inconciliabili di credenze. Infine, possiamo assistere a forme di polarizzazione percepita quando i cittadini percepiscono il sistema politico, l'elettorato e/o il sistema dei media come polarizzato in termini di posizioni ideologiche o atteggiamenti legati ai problemi sociali (Iannelli *et al.*, 2021).

A conclusione di quanto analizzato nel presente paragrafo, è di tutta evidenza che la nuova comunicazione social ha tanto effetti positivi quanto negativi; ed è proprio su questi ultimi che si è posta l'attenzione, delineando le dinamiche di polarizzazione che, attraverso la diffusione dei nuovi media e il crescente dilagarsi dell'informazione selettiva, ha portato ad una frammentazione del pubblico in una pluralità di segmenti autoreferenziali e "bolle", e dunque alla creazione di vere e proprie *echo chambers* in cui le persone sono esposte esclusivamente a prospettive simili alle proprie, rinforzando da un lato le loro convinzioni, e aumentando dall'altro il grado di polarizzazione politico-sociale. Non solo la polarizzazione, ma anche la disinformazione è una delle conseguenze della comunicazione online 2.0, a seguito dell'allargamento e dell'eccesso di informazione; dei rischi e delle varie conseguenze di questo fenomeno si tratterà nel paragrafo che segue.

1.3 *Hate speech e fake news*: elementi caratterizzanti delle posizioni populiste

Il web dunque, presenta due “facce”: da una parte crea nuove opportunità di partecipazione sociale e quindi politica, ma dall'altra può generare rischi e pericoli, spesso nascosti, legati al processo di trasmissione e costruzione delle notizie e più in generale dell'informazione. Sempre più spesso si riscontrano una varietà di fenomeni riconducibili ai c.d. “disturbi informativi”, distinguibili in tre principali tipologie: dis-informazione, mis-informazione e mal-informazione (D'Errico *et al.*, 2021). La categorizzazione viene dalla necessità di distinguere tra la disinformazione accidentale e involontaria, riguardante le ultime due categorie, dove non vi è intenzionalità nel mentire e/o trasmettere informazioni non veritiere, da quella intenzionale, dove i contenuti falsificati o inaccurati sono trasmessi volontariamente allo scopo di ingannare chi li riceve e orientare dunque di conseguenza l'opinione pubblica verso un determinato pensiero. Tra le forme di disinformazione più diffuse, troviamo le *fake news*, informazioni in parte o del tutto non corrispondenti al vero, divulgate intenzionalmente e caratterizzate da un'apparente plausibilità, alimentata dai processi inconsci di *confirmation bias* che radicalizzano i pregiudizi alla base, agevolando di conseguenza la condivisione e la diffusione senza un'accurata verifica della fonte. In italiano, il termine viene tradotto con il termine “bufala”, nel senso di raggirare qualcuno a piacimento come si fa con i buoi e i bufali, che si lasciano trainare per l'anello al naso, docilmente e senza opporre resistenza. Come è possibile desumere, la diffusione di notizie false non è un fenomeno nuovo, nonostante l'espressione sia recente da un punto di vista lessicale; esempi di *fake news* o disinformazione sono presenti fin dall'antichità (Watson, 2018). Ciò che è cambiato è il metodo di divulgazione e la velocità di propagazione: con la diffusione dei media prima, e dei media digitali poi, la loro proliferazione e viralità ha subito un'importata e capillare sviluppo suscitando un allarme nel corso degli ultimi anni, dovuto principalmente allo scarso livello di controllo dell'attendibilità delle notizie

nelle piattaforme digitali, data anche dalla difficoltà nel rintracciare profili falsi e bot, applicazioni programmate e automatizzate creati allo scopo di eseguire determinati compiti. L'attività di verifica e *fact-checking*¹⁰ risulta dunque ostacolata, causa anche degli algoritmi implementati nei social network che filtrano le notizie e le presentano agli utenti in un determinato ordine personalizzato, giocando un ruolo fondamentale nella scelta delle informazioni da fornire all'utente; questa informazione selettiva aumenta il rischio di esposizione alla disinformazione e dunque alle *fake news*.

In virtù di questa dimensione, è stato già attestato da tempo che viviamo nell'era che è stata definita della "*post-verità*", termine con il quale ci si riferisce a «circostanze in cui i fatti oggettivi sono meno influenti delle credenze personali o dell'appello alle emozioni nel condizionare l'opinione pubblica», stando alla definizione degli Oxford Dictionaries. In questo senso, il prefisso *post-* invece che assumere il consueto significato di "dopo", allude a qualcosa che va invece "oltre" la verità, sottolineando il superamento della verità stessa, subordinata al proprio individuale punto di vista, fino al punto di determinarne la perdita di importanza¹¹; un atteggiamento che induce a considerare un fatto come inattendibile, falso o irrilevante solo perché non si allinea alle convinzioni personali. Le *fake news* si configurano quindi come specifiche forme della "*post-truth rhetoric*", poiché si delineano secondo precisi processi psicologici e sociali, tra i quali bias cognitivi, dinamiche identitarie, echo chamber effect (D'Errico *et al.*, 2021). Difatti, Zarzalejos (2017) definisce la post-verità non come un qualcosa che ha a che fare con la menzogna, ma come una situazione dove, nella creazione o nella manipolazione dell'opinione pubblica, i fatti oggettivi hanno meno influenza delle emozioni e delle convinzioni personali; la post-verità consiste nella relativizzazione della verità e nella supremazia

¹⁰ La verifica puntigliosa dei fatti e delle fonti, tesa anche a valutare la fondatezza di notizie o affermazioni riguardanti istituzioni e persone di rilievo pubblico, con particolare riferimento a quanto viene diffuso mediante la Rete. (Treccani)

¹¹ Accademia della Crusca; <https://accademiadellacrusca.it/it/consulenza/viviamo-nellepoca-della-postverit%C3%A0/1192>

dei discorsi emotivi. Ed è proprio in merito a questi ultimi che possiamo stabilire una connessione tra le *fake news* e l'*hate speech*. Secondo il Consiglio d'Europa, con il termine *hate speech* si fa riferimento a tutte quelle forme di espressione che diffondono, incitano, promuovono o giustificano l'odio razziale, la xenofobia, l'antisemitismo e/o altre forme di odio basate sull'intolleranza, tra cui: nazionalismo aggressivo ed etnocentrismo, discriminazione e ostilità contro minoranze e migranti (Recommendation (97) 20 of the Committee of Ministers to member states on "hate speech"); si tratta di un tipo di espressione volta a nuocere un determinato target di persone, che trae origine da pregiudizi, stereotipi ed intolleranze e che può portare a manifestazioni di violenza, discriminazione e persecuzione. Quindi, discorsi e messaggi d'odio che esercitano una funzione identitaria, politica e aggregativa, che fanno un ampio utilizzo di *fake news*, di notizie non verificate e di statistiche o dati alterati; «l'odio diventa così una categoria di senso materiale e simbolica per definire lo spazio delle relazioni sociali» (Bulli e Tonini, 2021).

In un contesto di polarizzazione politica, l'utilità delle informazioni, vere o false che siano, diviene un fattore chiave, specialmente se arricchite con *hate speech* e discorsi diffamatori, poiché vengono utilizzate per sottolineare la propria posizione politica e/o per denigrare gli avversari, dando sfogo a forme di risentimento e rancore sociale. Tuttavia, oltre alla classe politica, è bene tenere a mente l'azione rilevante svolta dai *media* e dai *social media*, complici della visibilità e della propagazione degli *hate speech*, in quanto intrinsecamente sensazionalistici e drammatizzati, due componenti di cui si nutre la *media logic*. Come evidenziato da Bulli e Tonini (2021), sono soprattutto le forze politiche populiste e le formazioni anti-sistemiche ad «utilizzare linguaggi fortemente discriminatori come strategia di posizionamento politico», portando con sé la necessità di individuare un nemico contro cui scaricarsi o un capro espiatorio su cui addossare le colpe, spesso individuato nelle minoranze etniche e religiose e negli immigrati per quanto riguarda i primi, in un partito politico, nel suo esponente o nel

sistema politico riguardo ai secondi. Maneri (2009) sottolinea infatti come le formazioni populiste, specialmente di destra, «sono riuscite a fare dell'issue dell'immigrazione un'importantissima arma della competizione elettorale, responsabili di aver “soffiato sul fuoco” degli umori popolari e di aver suggerito e legittimato un discorso criminalizzante che i mezzi di informazione hanno prontamente ripreso» (Maneri, 2009). Difatti, stando ad un report pubblicato dal Migration Data Portal¹², alcuni dati suggeriscono che è la classe politica a guidare l'opinione pubblica sul tema migratorio, piuttosto che i numeri reali caratterizzanti il fenomeno. In merito alle caratteristiche, alla retorica e alla correlazione che sussiste tra populismo di destra e politiche anti-immigratorie se ne discuterà nell'ultimo capitolo del presente elaborato.

Non solo l'individuazione del bersaglio d'odio, ma in particolar modo le cornici narrative che vengono costruite attorno ad esso contribuiscono ad attecchire il messaggio d'odio nel senso comune; come riportato nella ricerca di Belluati (2018) in merito al linguaggio utilizzato in cinque diverse sedute parlamentari, in materia di immigrazione il *frame* prevalente coincide con la sicurezza e la pericolosità degli stranieri, dando sostanza ad una nota equazione narrativa, ovvero immigrazione = clandestinità = criminalità, spesso combinato insieme al *frame* della difesa sovranista («prima gli italiani»). Dalla suddetta ricerca si evince come il discorso d'odio sia parte integrante di un modo di fare comunicazione e discussione politica, dato dalla sempre più crescente popolarizzazione e spettacolarizzazione del linguaggio politico, che ha contribuito a sdoganare l'utilizzo di registri medio-bassi della comunicazione, tra cui l'insulto diretto, l'utilizzo di espressioni di livello infimo, talvolta offensive e denigratorie. Nella settima edizione della *Mappa dell'intolleranza* curata da Vox – Osservatorio italiano sui Diritti emerge come si stia sempre più radicalizzando e polarizzando l'odio online, con il 93% dei tweet negativi, contro il 7% positivi, da gennaio a ottobre

¹² Migration Data Portal: Public opinion on migration (pubblicato nell'aprile 2023); <https://www.migrationdataportal.org/themes/public-opinion-migration>

2022¹³; stranieri e migranti, rispetto al 2021, rappresentano la categoria sociale con una percentuale più alta di incremento di tweet negativi, a seguito della forte attenzione mediatica sugli sbarchi dei migranti nelle coste italiane e sulla situazione dei profughi a seguito del conflitto in Ucraina. Si assiste quindi ad una normalizzazione e istituzionalizzazione del linguaggio discriminatorio: i discorsi d'odio online vengono incorporati nei discorsi pubblici e adottati sia dai *policy makers* che dagli utenti ordinari online; questo è avvenuto soprattutto in seguito alla pandemia da Covid-19, poiché «l'ansia e la paura generate dalla crisi sociale ed economica hanno trovato espressione nella radicalizzazione dell'intolleranza online, in particolare contro il tema già polarizzato dell'immigrazione» (Musarò e Parmiggiani, 2022). Tuttavia, Bauman (2018) sottolinea che il recente panico globale sull'immigrazione è stato causato dal mancato riconoscimento che questa crisi migratoria non può essere monitorata e contenuta sulla base delle sovranità territoriali, dei confini e dei muri. L'informazione e la comunicazione si trovano quindi ad affrontare sfide particolari una volta che entrano in contatto con il mondo dei media, poiché le notizie impongono semplificazioni, considerazioni e immagini che, se a contatto con fenomeni di ostilità ed *hate speech* relativi all'accoglienza, all'integrazione e alle necessità delle persone migranti, possono amplificare opinioni pregiudiziali e stereotipiche.

A conclusione del presente capitolo, si può affermare che, guardando al caso italiano, vi sia uno stringente rapporto tra media e politica, che spiega la ricorrenza e la centralità degli episodi di panico morale nel discorso pubblico (Maneri, 2009). Stanley Cohen definisce il panico morale (*moral panic*) come uno stato di attivazione emotiva che genera atteggiamenti aggressivi o di rifiuto nei confronti di uno specifico gruppo o di persone, definiti in modo stereotipico come una minaccia per i valori di una

¹³ Nella rilevazione e geo-localizzazione del 2022 sono stati raccolti 629.151 tweet, dei quali 583.067 negativi; la mappatura mira ad identificare le zone dove l'intolleranza è maggiormente diffusa, secondo sei gruppi: donne, persone omosessuali, migranti, persone con disabilità, ebrei e musulmani. <http://www.voxdiritti.it/la-nuova-mappa-dellintolleranza-7/>

determinata società; i mass media, in questa creazione e diffusione del panico morale, detengono un ruolo predominante in quanto spesso presentano i fatti in modo generalizzato e poco approfondito, contribuendo ad erigere barricate morali e ad amplificare il problema sociale che in realtà si vuole risolvere. Tuttavia, come detto precedentemente, queste emergenze mediatiche si spegnerebbero molto velocemente senza la legittimazione politica; gli attori politici e istituzionali quindi, confermano e sostengono l'allarme lanciato dai media per poi eventualmente reindirizzarlo verso i bersagli più opportuni (Maneri, 2009). Nel capitolo che segue si andrà proprio ad approfondire questo legame tra le istituzioni mediatiche e il mondo della politica, con particolare riguardo all'influenza mediatica nella costruzione del tema immigrazione.

L'INFLUENZA MEDIATICA NELLA COSTRUZIONE DEL TEMA IMMIGRAZIONE

Se è vero che la mobilità e la migrazione possono essere inquadrare come dei fenomeni che hanno da sempre caratterizzato la storia umana, è altrettanto vero che i processi di globalizzazione hanno modificato la struttura e le caratteristiche dei flussi migratori, incentivando la mobilità umana. Le migrazioni internazionali¹⁴ sono strettamente collegate e sono una componente strutturale del mondo globalizzato, il quale ha comportato l'abolizione delle frontiere nazionali non solo nel commercio dei capitali e del lavoro, ma anche nell'interscambio di informazioni e idee, nonché di norme, valori e culture. Tuttavia, bisogna tenere conto che a partire dall'epoca moderna il fenomeno migratorio è stato definito e regolato in rapporto al concetto di nazione e all'istituzione degli Stati nazionali; sotto questo aspetto quindi, le identità nazionali sono state determinate sulla visione di una comunità omogenea e coesa, residente entro confini ben delimitati. «Gli immigrati internazionali hanno sempre rappresentato un problema [...]: sono stranieri, portatori generalmente di lingue e abitudini diverse da quelle localmente prevalenti, che vengono a insediarsi sul territorio della nazione» (Ambrosini, 2017). Lo status di migrante si configura quindi come una condizione che più di altre espone gli individui a definizioni e aggettivazioni, che, con il lavoro dei media, diventano ancor più funzionali al fine di “marcare” un'identità (Bulli e Tonini, 2021).

Avendo come fine ultimo l'analisi dei due *frames* dominanti di rappresentazione del fenomeno immigratorio da parte dei media, risulta proficuo delineare una sommaria periodizzazione in merito alla costruzione mediatica del migrante; l'aspetto interessante consiste nel fatto che i media non perseguono soltanto finalità commerciali, ma anche e congiuntamente, finalità simboliche, diventano dunque promotori di cambiamento culturale.

¹⁴ Le migrazioni internazionali riguardano lo spostamento di una o più persone attraverso una frontiera internazionale; esse si differenziano dalle migrazioni interne, che si configurano invece come lo spostamento di persone all'interno di un determinato Stato.

L'immigrazione in Italia si presenta come un fenomeno strutturale che si dispiega all'insegna di una «normalità (ovvero su una scala, con un ritmo e con un impatto sulle società di arrivo)» (Tagliaferri, 2021) da almeno una trentina di anni, e che presenta caratteristiche proprie dalla fine della seconda guerra mondiale. Ciò nonostante, l'andamento dei diversi flussi migratori non godeva di autonomia semantica né all'interno dei media né nel mondo della politica fino alla metà degli anni '80; la trattazione in merito si soffermava unicamente sul lato del lavoro, dalla programmazione dei flussi di lavoratori in entrata, alla regolamentazione del soggiorno dei lavoratori e delle famiglie, ai problemi di disoccupazione e inoccupazione degli italiani e degli stranieri (Bulli e Tonini, 2021) (Vittoria, 2023); sul versante istituzionale e scientifico, si verifica però un primo interesse sul fenomeno, con il primo rapporto del Censis nel 1978 sui lavoratori stranieri in Italia, i quali risultano essere circa mezzo milione. La «scoperta dell'immigrazione»¹⁵ da parte degli italiani avviene sul finire degli anni '80 e con l'inizio degli anni '90, con l'arrivo dei flussi migratori dall'est Europa, la maggior parte dei quali provenienti dall'Albania, in seguito alla dissoluzione del blocco sovietico e all'irrompere delle guerre jugoslave; la mediatizzazione intorno all'attracco nel porto di Bari della nave *Vlora*, la "nave degli albanesi", nell'agosto del 1991, fece cambiare la socializzazione e la politicizzazione delle migrazioni nel discorso pubblico (Vittoria, 2023), diventando un tema centrale nella trattazione dei media e nelle retoriche politiche. L'arrivo dei rifugiati albanesi fece da spartiacque tra l'era della solidarietà e quella della paura, comportando un nuovo immaginario sull'immigrazione; gli "arrivi in massa" degli albanesi nella primavera-estate del 1991 furono l'inizio di una lenta e duratura sedimentazione di una visione del tutto negativa del fenomeno. «La figura dei migranti, per la prima volta, non sollecitava sentimenti di solidarietà, ma di distanza e paura». I discorsi relativi all'inferiorità e alla pericolosità delle popolazioni balcaniche iniziarono a prendere piede e «gli albanesi arrivarono a incarnare sui

¹⁵ Dal libro di De Cesaris V. (2018), *Il grande sbarco. L'Italia e la scoperta dell'immigrazione*. Guerini e Associati, Milano.

giornali il paradigma dell'“alterità”, declinata in negativo: erano violenti, erano criminali, erano selvaggi (Mai 2003, Pesole 2015)¹⁶».

Nel suo libro, De Cesaris (2018) analizza proprio come in seguito all'emergenza albanese si sia originato quel “mito dell'invasione”, una costruzione retorico-argomentativa capace di riempirsi di differenti contenuti rappresentativi (l'islamofobia, l'attacco alla cultura nazionale, la minaccia terroristica) nonché di arricchirsi di elementi sempre nuovi. Tre sono gli aspetti essenziali nella creazione e nella funzionalità di questo mito; la prima componente consiste nella propensione a considerare i migranti come un segnale precursore di un imminente e irrefrenabile spostamento di massa delle popolazioni dalle regioni di provenienza; un secondo elemento trova spazio nell'enfaticizzazione posta sulla minaccia che gli immigrati rappresenterebbero per la fruizione, da parte dei membri della società ospitante, di una vasta gamma di risorse e beni, sia materiali che non; infine la terza componente consiste nella strumentalizzazione dell'alterità dei migranti, al fine di sottolineare la differenza e l'incompatibilità tra *Noi e Loro*, accentuata dall'utilizzo di generalizzazioni e stereotipi essenzialisti (Tagliaferri, 2021). «Gli anni delle forti migrazioni dell'est e dei grandi sbarchi nel sud Italia si chiudono alla presenza del *frame* dell'emergenza e di quello securitario: il primo inerente al rapporto con l'esterno, dunque al modo di far fronte al crescente numero di sbarchi e alla loro gestione; il secondo riguardante la questione dell'ordine sociale, legato a criminalità e devianza e interno ai confini italiani» (Bulli e Tonini, 2021). Pertanto, a partire dagli anni Novanta, i discorsi sull'immigrazione si sono sviluppati attraverso immagini collegate all'emergenza, alla violenza e alla criminalità, provocando un sentimento di insicurezza e incertezza attraverso la diffusione di stereotipi negativi sugli immigrati, sostenuti da un linguaggio e da una comunicazione xenofoba e denigratoria che alimenta il pensiero comune riguardo alla distinzione tra *Noi e Loro* e che facilita la propensione

¹⁶ In Fondazione G. Feltrinelli, *8 agosto 1991: l'invenzione (del problema) dell'immigrazione* (agosto 2023); <https://fondazionefeltrinelli.it/scopri/agosto-1991/>

a politiche di chiusura. Accanto al fronte esterno ed interno, a partire dal 2001¹⁷ si è aggiunto quello internazionale con la minaccia del fondamentalismo e del terrorismo di matrice islamica; la questione della sicurezza e dell'allarme diventeranno quindi dominanti sia nei media che nel discorso pubblico. Successivamente, nel corso del primo decennio degli anni Duemila, il fronte internazionale si caricherà di due sfere tematiche principali: da una parte, il migrante come minaccia all'identità italiana, sia sul piano valoriale, che etnico e religioso, intensificatasi con il picco dei flussi migratori verso l'Europa intorno all'anno 2015, in seguito alla "crisi dei rifugiati" come causa dei conflitti e delle persecuzioni in Siria, Afghanistan e Iraq. Dall'altra, il migrante come minaccia economica, rafforzata dalla crisi economico-finanziaria iniziata nel 2008 (Bulli e Tonini, 2021) (Maneri, 2009).

2.1 Il potere di *agenda setting* e il processo di *framing* dei media

Già nel 1922, in *Public Opinion*, Lippmann sottolineava come il pubblico fruitore dei media non si trovi di fatto dinanzi agli eventi reali, ma a *pseudo-environment*, frutto della costruzione di stereotipi da parte dei media che consentono ai cittadini di conoscere eventi e argomenti del tutto estranei alla loro realtà soggettiva. Difatti, a partire dalla selezione e rappresentazione quotidiana delle notizie, i media modellano e ci presentano una specifica realtà sociale; essi svolgono dunque un ruolo predominante nel processo di definizione e costruzione dei problemi sociali e influenzano la percezione che i cittadini hanno rispetto ad un determinato argomento. Sono agenti capaci di produrre e/o amplificare le rappresentazioni sociali e collettive che diventano vere e proprie categorie cognitive. La logica dei media diviene dunque un modo di vedere e interpretare le vicende sociali; Altheide e Snow (1979) furono tra i primi ad elaborare il concetto di *media logic*, prettamente identificabile come il

¹⁷ In riferimento all'attacco terroristico dell'11 settembre 2001 negli Stati Uniti, dove due aerei colpirono le Torri Gemelle del World Trade Center di New York, e un terzo aereo si schiantò contro il Pentagono, sede del dipartimento della Difesa in Virginia.

processo tramite il quale i media trasmettono e presentano l'informazione. Specificamente, «l'insieme dei formati narrativi ed espositivi attraverso i quali gli eventi sono presi in considerazione, trattati e dotati di senso per arrivare a un tipo di presentazione e comprensione compatibile con le esigenze organizzative, le finalità di intrattenimento e le immagini del pubblico». Ne deriva che i mass media sono dotati, alla pari dei *policy maker*, di una capacità di *agenda setting* e *framing*, fornendo una linea espositiva e una cornice di senso alle *issues* intorno alle quali si concentra il dibattito politico e pubblico.

McCombs e Shaw (1972) sono gli studiosi che meglio hanno delineato il potere di *agenda setting* dei media, empiricamente sostenuto da una ricerca svolta sulla campagna presidenziale del 1968 a Chapel Hill (Stati Uniti), nel quale emerse una correlazione tra il rilievo dato dai media nella trattazione di determinati temi della campagna elettorale e il giudizio degli elettori riguardo la rilevanza e importanza di alcuni di questi temi. La teoria dell'*agenda setting* afferma dunque che i media suggeriscono intorno a cosa pensare; «descrivendo e precisando la realtà esterna presentano al pubblico una lista di ciò intorno a cui avere un'opinione e discutere. L'assunto fondamentale dell'*agenda setting* è che la comprensione che la gente ha di gran parte della realtà sociale è mutuata dai media» (Shaw, 1979). Ne deriva di conseguenza che le persone tenderanno ad includere o escludere dalle proprie conoscenze ciò che i media includono od escludono dal proprio contenuto. Come evidenziato da Musarò e Parmiggiani (2022), i media hanno il potere di determinare e ordinare gerarchicamente la presenza dei temi nell'agenda pubblica, attuando un'operazione di selezione dei temi e spingendo l'attenzione su determinate questioni; il risultato è che l'agenda del pubblico tende a corrispondere a quella dei media. È bene precisare che non tutti gli individui sono soggetti al potere di agenda dei media; come riportano Bentivegna e Boccia Artieri (2019), l'agenda di un individuo non viene influenzata da quella mediatica quando vi è una «bassa credibilità nel sistema mediatico, un'evidenza

contrastante tra l'esperienza personale e le informazioni offerte dai media sulla rilevanza di un tema, una netta differenziazione tra i valori notizia propri dell'individuo e quelli presentati nei media». Se la teoria dell'*agenda setting* focalizza l'attenzione sul "what to think about", accanto a questa, un ruolo di rilievo lo svolgono i processi di *framing* dei media, i quali tengono invece in considerazione il "how to think about". Come asserito da Entman (1993), il *framing* consiste nel selezionare alcuni aspetti di una realtà percepita dal pubblico rendendoli più salienti, in modo tale da promuovere una particolare definizione di una *issue*, un'interpretazione causale, una valutazione morale e/o le eventuali soluzioni al problema. Il processo di *framing* si realizza nella scelta della cornice cognitiva entro la quale inquadrare il problema, nella scelta delle parole chiave, delle frasi ad effetto, delle immagini e delle metafore; appare evidente il «ruolo delle immagini mediali nel processo di costruzione sociale della realtà» (Binotto *et al.*, 2016). Di conseguenza, i *frames* possono influenzare come un individuo capisce, valuta e si rapporta ad una specifica tematica.

Possiamo considerare l'effetto *framing* come un secondo livello dell'*agenda setting*, un suo allargamento al piano dell'interpretazione e dei significati costruiti e veicolati dai media, poiché i *frames* mediatici hanno potere di *agenda setting* al fine di plasmare il discorso pubblico sulle questioni sociali, promuovendo interpretazioni e opinioni specifiche (Milojević e Milić, 2023). Come messo in risalto da Caponio e Cappiali (2018), la rappresentazione dei flussi migratori da parte dei media come un'emergenza improvvisa e del tutto imprevedibile, ha contribuito alla diffusione di orientamenti (e di *policy* in seguito) negativi, poco costruttivi e poco critici, oltre che decontestualizzati. Inoltre, la prevalenza di notizie che denunciano il continuo arrivo di immigrati sulle coste italiane, ha contribuito al sedimentarsi di una narrazione stereotipata ed omologante che li vede come persone prive di mezzi di sussistenza, che giungono nei Paesi di destinazione per scappare dalla guerra e dalla povertà, in cerca di condizioni di vita migliori e di un futuro stabile. Tuttavia, diverse sono le

ragioni e le finalità che spingono queste persone a lasciare il proprio Paese d'origine, frutto di innumerevoli aspetti sociologici, economici, politici e ambientali; questa condizione di emergenza che vive una parte minoritaria delle persone migranti, viene a coincidere con la totalità del fenomeno migratorio: parlare di immigrati senza specificare a che categoria di persone ci si riferisce, significa realizzare una semplificazione enorme di un fenomeno estremamente complesso e in continua evoluzione.

La mobilitazione delle persone dal proprio luogo natio a uno sconosciuto è sempre stata guidata da una serie complessa e interconnessa di fattori espulsivi dal paese di origine (*push factor*) e di fattori attrattivi verso il paese di destinazione (*pull factor*), tra l'altro, non sempre facilmente identificabili. Per quanto riguarda i primi, sono rappresentati da diverse e varie motivazioni politiche (come la guerra, le carestie, o l'oppressione politica e la persecuzione), economiche (povertà e/o disoccupazione), ambientali (dovute a condizioni meteorologiche estreme quali desertificazione, inondazioni e alluvioni, e l'innalzamento delle temperature) e sociali (alcuni esempi possono essere basse prospettive di vita, la mancanza di cure mediche adeguate, basse possibilità di istruzione, situazioni di privazione e violazione dei diritti umani). In merito ai secondi invece, rientrano tutte quelle caratteristiche dei paesi di destinazione che attraggono gli immigrati, quali una maggiore disponibilità e diversificazione del lavoro, un'attenzione maggiore ai diritti civili e sociali, maggiori opportunità di vita e benessere. Tuttavia, se è vero che molti decidono di trasferirsi in un altro Stato per propria libera scelta, è anche vero che molti ne sono costretti, per le stesse componenti che rientrano nei *push factor* sopra descritti; secondo i dati forniti dall'UNHCR¹⁸, nel 2022 il numero di persone costrette a lasciare il proprio luogo di origine per cause di forza maggiore ha raggiunto i 108.4 milioni, un ammontare destinato a crescere ulteriormente. Perciò, la narrazione delle migrazioni intorno alla dimensione dell'emergenza, sia a

¹⁸ UNCHR, *Global Trends Report 2022*; <https://www.unhcr.org/sites/default/files/2023-06/global-trends-report-2022.pdf>

livello politico che mediatico, non coglie i nodi cruciali che stanno dietro alle ragioni per le quali le persone decidono di migrare dal proprio paese come il numero esiguo di vie legali che possono scegliere di prendere, oltre che a contribuire ad una visione distorta delle stesse. Inoltre, in merito a ciò, i principali protagonisti delle notizie sono soggetti maschili, giovani, di religione musulmana, provenienti da zone dell’Africa e del Medio Oriente, nonostante i dati disponibili forniscano invece un quadro differente, riportando un’immigrazione prevalentemente europea e femminile. Si può affermare quindi che l’impiego del concetto di immigrato allude alla percezione di una doppia alterità: una nazionalità straniera e una condizione di povertà.

Come anticipato, una smentita a tale descrizione dei fatti viene proprio dai dati e dalle fonti statistiche; il quadro complessivo suggerisce che gli immigrati non provengono da paesi poveri, ma piuttosto da paesi di livello intermedio per sviluppo economico e sociale. Tra i primi dieci paesi per numero di residenti stranieri in Italia, troviamo solo due paesi africani, Marocco ed Egitto; vi sono invece tre paesi europei (con poco più di 1 milione di residenti la comunità romena rappresenta la comunità nazionale con il maggior numero di residenti; segue quella albanese al terzo, e quella ucraina al quinto) e cinque paesi asiatici¹⁹, con la comunità cinese al quarto posto. Inoltre, se si vanno a comparare questi ultimi dati con quelli degli anni precedenti, possiamo vedere che la graduatoria rimane pressoché uguale nel corso degli ultimi anni. Il fatto è che, come evidenziato da Ambrosini (2020), alcuni tipi di immigrati non risultano visibili e non vengono trattati come tali ai nostri occhi, tipicamente, quando essi provengono da paesi sviluppati; «la nostra attenzione, così come il discorso pubblico, si appunta invece su quelle componenti della popolazione immigrata che suscitano allarme o riprovazione». L’omissione di alcune informazioni necessarie per capire i temi dell’immigrazione, facendo enfasi su quegli aspetti

¹⁹ XIII Rapporto annuale (2023): gli stranieri nel mercato del lavoro in Italia; promosso dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. <https://www.lavoro.gov.it/temi-e-priorita-immigrazione/focus/xiii-rapporto-mdl-stranieri-2023>

“allarmistici”, favorisce la nascita di opinioni e paure ingiustificate e di pregiudizi nell’opinione pubblica. Le emozioni, i sentimenti e soprattutto i preconcetti hanno preso il posto della conoscenza e dell’analisi, e questo non porta solo ad una visione alterata del fenomeno, ma anche a distorcere la valutazione e la percezione sugli stranieri immigrati non comunitari che vivono in Italia; la conseguenza risulta nella distanza tra il fenomeno reale, ovvero i dati sul fenomeno in Italia, e quello percepito, ossia l’incidenza del tema nell’opinione pubblica. Questa distorsione porta i cittadini a sovrastimare il fenomeno migratorio a livello numerico, alimentando il circolo vizioso delle paure e dei timori legati al tema. Gli stranieri residenti in Italia al 1° gennaio 2023 sono circa 5,05 milioni, pari all’8,6% della popolazione residente; l’Italia si colloca quindi al quattordicesimo posto in Europa per numero di stranieri residenti in rapporto alla popolazione totale. I dati Eurobarometro evidenziano che solo una minoranza dei cittadini italiani, corrispondente al 2% della popolazione, ritiene di essere ben informata sui temi della migrazione e dell’integrazione, mentre il 46% pensa che i media rappresentino tali questioni in maniera obiettiva. Di contro solo il 3% è in grado di stimare correttamente la presenza di persone straniere mentre il 31% la sovradimensiona ritenendo che sia pari ad un quarto della Popolazione (ovvero un’immigrazione percepita pari al 25%). Infine, solo il 6% considera l’immigrazione più come un’opportunità mentre il 51% pensa che sia più un problema²⁰.

Secondo Dal Lago (1999), la stampa quotidiana, a partire dagli anni Novanta, ha dedicato all’immigrazione un’attenzione costante e sempre più crescente, segnando da un lato l’inizio di una specifica e alta politicizzazione del tema nel nostro paese, e dall’altro concentrando la narrazione prevalentemente sul lato della politica interna e su notizie negative e di cronaca nera, contribuendo a costruire un’immagine

²⁰ INAPP; *Le distorsioni pericolose: immigrazione e opinione pubblica europea secondo i dati ESS* (dicembre 2019)

https://pubblicazioni.inapp.org/jspui/bitstream/20.500.12916/593/4/INAPP_Chiurco_Le_distorsioni_pericolose_imm_e_opinione_pub_europea_2019.pdf

dell'immigrazione come problema, minaccia e piaga sociale. Difatti, possiamo affermare che il complesso delle fenomenologie riconducibili alla presenza migratoria ricade solitamente sotto l'epiteto del "problema immigrazione"; esso viene visto e considerato solo come un'emergenza e quindi come un elemento provvisorio e temporaneo, non come parte strutturale della società italiana. A conferma di quanto detto finora «testimoniano i termini utilizzati nei titoli di telegiornali: "crisi migratoria", "crisi dei rifugiati", "emergenza migratoria", "emergenza dei rifugiati", "grande ondata di rifugiati ed extracomunitari"», i quali contribuiscono alla tematizzazione dell'immigrazione come problema (Musarò e Parmiggiani, 2022). Ai media si imputa dunque una torsione cognitiva della società, per cui questa viene a perdere di vista gli essenziali riferimenti valoriali di una vita sociale e democratica basata sulla solidarietà e sull'inclusione. Nel progetto "Il Valore dell'Immigrazione"²¹, promosso dalla Fondazione Leone Moressa, viene dato un peso rilevante alla comunicazione mediatica dell'immigrazione, fondamentale nella creazione di immagini consolidate nell'opinione pubblica; a primo acchito, si sottolinea marcatamente la sistematica parzialità dello sguardo, politico e mediatico, sul fenomeno. Nel racconto, non bisognerebbe omettere la storia degli immigrati o l'approfondimento del contesto di provenienza, ma argomentare e analizzare i diversi fattori causali, le interdipendenze con ulteriori fenomeni sociali e i processi virtuosi di inserimento, integrazione e accoglienza. I giornalisti e gli esponenti politici dovrebbero abbracciare un approccio di relativismo culturale²² nel dibattito pubblico sull'immigrazione, al fine di non affrontare il tema utilizzando unicamente la propria cultura come parametro di giudizio, dando voce in primis anche ai diretti interessati del dibattito. In

²¹ Fondazione Leone Moressa, *Il Valore dell'Immigrazione* (2015); disponibile la sintesi della ricerca in <https://www.fondazioneleonemoressa.org/new/wp-content/uploads/2018/03/sintesi-libro-12-02-15.pdf> e le raccomandazioni per svolgere un'adeguata e corretta comunicazione del fenomeno in <https://immigrazione.it/docs/2015/fondazione-moressa-cs-valore-immigrazione-2015.pdf>

²² Il relativismo culturale si pone in contrapposizione all'etnocentrismo. Di fronte alla molteplicità e variabilità di costumi, culture, lingue e società, l'atteggiamento relativistico è incline a riconoscerne le ragioni, ad affermarne non solo l'esistenza, ma anche l'incidenza e la significatività (Treccani).

sintesi, bisognerebbe iniziare a parlare degli stranieri non come soggetti marginali, ma come attori sociali ed economici del nostro Paese.

In definitiva, la definizione soggettiva degli immigrati come minaccia viene confermata come verità oggettiva attraverso un processo che coinvolge più attori. L'approccio si può riassumere in quello che Dal Lago (1999) definisce come *meccanismo tautologico dei media*, attraverso cui si costruisce la paura dello straniero: una risorsa simbolica, ovvero gli stranieri come minaccia, viene trasformata in oggettività dai media, diventando *frame* dominante, e in parallelo viene utilizzata e interpretata da uno o più attori politici legittimi diventano *issue* politica di rilevanza nazionale, alimentando le retoriche dei gruppi politici che si dicono rappresentare la volontà e gli umori dei cittadini. In *Creating Fear* (2002), Altheide si colloca lungo questa linea di riflessione, rimarcando il modo in cui l'intrattenimento si concentra particolarmente su emozioni quali la paura, la percezione di minaccia e l'insicurezza; quando queste diventano la grammatica della rappresentazione, lo slittamento finzionale avviene all'interno di formati nei quali la narrazione segue lo schema tipico della "narrativa del controllo", dove le minacce sia interne che esterne vengono semplificate entro logiche dicotomiche (buono-cattivo, noi-loro). Ciò che si riscontra sono quindi produzioni discorsive e visive distorte, orientate a costruire confini nell'immaginario sociale e collettivo, volti a legittimare la distinzione tra il "cittadino" e lo "straniero" piuttosto che a fornire indicazioni utili per sviluppare politiche di integrazione e cittadinanza (Musarò e Parmiggiani, 2022).

2.2 Frames dominanti nella rappresentazione del fenomeno: securitario e umanitario

Secondo il sociologo Moscovici, le rappresentazioni sociali danno corpo alle idee incarnandole in esperienze ed interazioni nel presente, collegando il

sapere e le conoscenze alla vita concreta; esse si affermano tramite la lenta sedimentazione dei significati e delle immagini nella società, e questo avviene principalmente tramite due processi: l'oggettivazione, ovvero la trasformazione dell'astratto in immagini concrete, e l'ancoraggio, cioè la riconduzione dell'estraneo a una categoria concettuale già nota e resa convenzionale all'interno del sistema di conoscenze socialmente condivise. Tuttavia, affinché le immagini funzionino, devono essere costantemente riprodotte e riattualizzate nelle diverse narrazioni. Negli ultimi anni, diversi studiosi hanno concordato nel ritenere non innocuo il processo di stereotipizzazione e distorsione cui è soggetta l'immagine dei migranti nei media; «una rappresentazione dei fenomeni migratori articolata intorno ad alcune interpretazioni consolidate, un repertorio di immagini ricorrenti e rappresentazioni iconiche dello straniero, prevalentemente visto come “diverso”, “estraneo”, “nemico”» (Binotto e Bruno, 2021); tra gli elementi stabili nel tempo si riscontrano la criminalizzazione dei migranti ed una rappresentazione che descrive il fenomeno come problematico, corredato da elementi di insicurezza. Inoltre, il dibattito mostra una forte tendenza alla polarizzazione e alla politicizzazione, contribuendo alla costruzione dei migranti come un *out-group*.

Rispetto alla copertura mediatica delle migrazioni e delle minoranze in Italia, questa si concentra prevalentemente su un ritratto ambivalente, costituito da una suddivisione binaria tra la figura dell'intruso e quella della vittima, articolato in due *frames* di rappresentazione principali: quello securitario e quello umanitario. Ciò che li accomuna sta nella cornice interpretativa di ciò che si scrive degli immigrati, la quale si sostanzia in precise forme grammaticali che descrivono gli atti che li riguardano; essi non sono mai soggetti attivi, protagonisti in prima persona di esperienze d'integrazione, portatori di progettualità o semplicemente cittadini attivi e partecipi di una comunità. Sono invece agenti di azioni negative e/o problematiche oppure soggetti passivi e agiti di operazioni, politiche e atti amministrativi (Maneri, 2009); agli immigrati nelle notizie manca una voce, un vocabolario di

sentimenti e motivazioni e, implicitamente e conseguentemente, la ragione. Prima di analizzare nello specifico i due diversi *frames* interpretativi sopra citati, risulta proficua la ricerca svolta da Chouliaraki e Stolic (2017) in merito ai diversi modi in cui gli immigrati ottengono visibilità all'interno dei media in cinque diversi paesi Europei (Grecia, Ungheria, Italia, Irlanda e Regno Unito). Essi ottengono visibilità in primis come "vita biologica", dove i migranti sono raffigurati come una massa di sfortunati su fragili gommoni o nei campi profughi, ignorando l'unicità delle persone in quanto tali; un campo di rappresentazione che riduce la loro vita all'esistenza corporea e ai bisogni del corpo, soddisfatti grazie alla benevolenza umanitaria dell'Occidente. In seguito, gli immigrati acquistano visibilità come "empatia": l'uso dell'empatia ha lo scopo di sensibilizzare il pubblico, incoraggiando un rapporto di compassione e cura, utilizzando immagini che vanno dai salvataggi in mare, ai bambini che piangono, o alla madre che stringe il corpo del proprio figlio senza vita. Infine, guadagnano visibilità come "minaccia": i migranti vengono visti attraverso la lente della paura, dell'ansia e del pericolo sociale; se nello schema precedente erano le donne e i bambini i principali protagonisti ritratti, ora è il giovane uomo nero che viola il nostro spazio. Quelle appena descritte si possono definire come strategie di *symbolic bordering*, volte a semplificare il dibattito pubblico intorno alla questione migratoria e a diffondere le notizie in modo sensazionalistico, dove le voci degli immigrati risultano sotto-rappresentate e messe in secondo piano, di modo che essi vengano rappresentati secondo le immagini che *Noi* abbiamo di *Loro*.

Per quanto concerne il *frame* securitario, esso riguarda una rappresentazione del fenomeno migratorio prettamente negativa e allarmistica entro il quale i migranti vengono ritratti come invasori, associati a illegalità, criminalità e terrorismo, oltre che accusati di drenare risorse pubbliche che altrimenti verrebbero destinate all'*in-group* della società di ricezione (Tudisca *et al.*, 2019). Le coordinate simbolico-discorsive nella trattazione mediale di questo tipo di *frame* si esauriscono nella cronaca nera

(dall'omicidio alla violenza, dagli abusi sessuali allo spaccio di sostanze stupefacenti, dagli atti di vandalismo alla vendita di merce contraffatta), nel problema dell'ordine e della sicurezza e nell'attenzione sulla dimensione degli arrivi in massa via mare e degli "sbarchi", ricorrendo alla metafora dell'invasione o dell'ondata, proponendo come soluzioni il rafforzamento dei controlli alle frontiere (respingimenti), i rimpatri e l'inasprimento delle sanzioni (Musarò e Parmiggiani, 2022). Palidda (2011) definisce la criminalizzazione degli stranieri «un insieme di discorsi, fatti e pratiche costruite dalla polizia, autorità giudiziarie ma anche amministrazioni locali, media e una parte della popolazione che ritengono gli immigrati/stranieri responsabili di una gran parte degli atti criminali»; come riportato da Ambrosini (2020), nei loro confronti scattano meccanismi di collettivizzazione e generalizzazione: se alcuni spacciano, violentano, uccidono, intere collettività sono poste sotto accusa. Vi è dunque una dinamica di etnicizzazione di tutto ciò che è problematico e negativo: «l'autore di un reato viene invariabilmente nominato, quasi sempre anche nel titolo, attraverso un appellativo di nazionalità o che ne esplicita la condizione di straniero» (Maneri, 2009). Inoltre, spesso si ricorre all'uso di tipizzazioni nella trattazione del discorso sull'immigrazione: "clandestini", "nomadi", "extracomunitari", "profughi", "islamici"; questi appellativi, utilizzati dagli esponenti politici e dal resoconto giornalistico, rappresentano un esempio perfetto di devianza putativa in quanto, nominando la categoria, alludono automaticamente all'universo di comportamenti devianti ad essa connotativamente associati; in questo modo, si rischia di de-individualizzare i soggetti delle notizie, riducendoli a semplici rappresentazioni di gruppi. L'immigrato che giunge nel nostro paese aggiunge quindi degli elementi che prima non esistevano o, perlomeno, erano facilmente arginabili: il crime e la violenza non si sviluppano attraverso processi e relazioni sociali ma sono causati da individui malvagi e anomali. Emerge chiaramente come un racconto siffatto porti a forme di riprovazione sociale ed esclusione ai danni delle persone migranti, nonché ad una stigmatizzazione e de-umanizzazione degli immigrati, generalizzati e privati dei loro attributi e delle

loro peculiarità. «In questa specifica rappresentazione mediale lo straniero entra in un territorio percepito come “nostro”, all’interno di uno spazio immaginato come una comunità, ovvero la *nazione-come-luogo*» (Binotto e Bruno, 2021). Tale spazio viene quindi dotato di connotati fisici, il quale viene “violato” dall’arrivo dei migranti, e a cui si associa un confine simbolico, apportando una certa differenza e diffidenza che si manifesta attraverso la criminalizzazione degli stessi. Questo ci fa capire come l’utilizzo di metafore sia fondamentale in una narrazione, in quanto esse si legano all’esperienza concreta e al modo in cui la si concettualizza; «simboli e metafore costruite intorno allo *spazio* rimandano all’ingresso o all’uscita, all’appartenere o all’essere estranei, a ciò di cui ci si può fidare e ciò che è pericoloso» (Binotto e Bruno, 2021).

Per quanto concerne il *coverage* mediale sugli “sbarchi”, le notizie degli arrivi via mare e l’immagine degli sbarchi rappresentano l’icona delle migrazioni via mare; il continuo riferimento e la ripetizione del dato quantitativo degli arrivi, soprattutto nelle prime pagine dei giornali o dei tg televisivi, contribuiscono alla diffusione dello schema sbarchi-invasione-paura, prontamente ripreso nei discorsi politici che insistono sulla concezione di uno spazio assediato, su flussi da arginare e governare. Inoltre, come riportato dall’Associazione Carta di Roma²³ (che monitora la corretta informazione della stampa sull’immigrazione), vi è un abuso giornalistico dei dati statistici che descrivono il fenomeno; il racconto in cifre dei cosiddetti “viaggi della speranza” è viziato da alcune criticità che possono essere ricondotte a una decontestualizzazione dei dati. Mossi dall’esigenza di fare notizia, infatti, i media tendono a omettere il contesto di riferimento delle cifre, soffermandosi non sulla descrizione complessiva del fenomeno ma su un particolare set di dati statistici o addirittura soltanto su uno. Questo conferma, come evidenziato più volte nel corso della presente trattazione, una tendenza dei mass media italiani al

²³ Associazione Carta di Roma, *Il Data Journalism italiano sulle migrazioni* (marzo 2023); <https://www.cartadiroma.org/news/il-data-journalism-italiano-sulle-migrazioni/>

sensazionalismo, alla spettacolarizzazione e alla drammatizzazione dell'informazione. Gli "sbarchi" vengono da anni descritti al tempo stesso sia come una tragedia che come un'emergenza e perciò si assiste ad un notevole bombardamento mediatico sulla questione; «la differenza oramai risiede solo nel numero di persone coinvolte o nelle vittime del fatto, corrispondenti entrambe alla capacità dell'evento di conquistare un'attenzione simultanea e collettiva da parte dei *news media*» (Binotto e Bruno, 2018). Inoltre, focalizzandosi unicamente sulla dimensione e sul momento dell'arrivo, questa interpretazione oscura da un lato la presenza stabile arrivata in modo pulviscolare e spesso legale, e dall'altro mette in secondo piano la larghissima realtà di convivenza riuscita anche se corollata da difficoltà ed ostacoli.

Il *frame* degli "sbarchi" non viene inteso e percepito solo come violazione dello spazio della comunità, ma anche e soprattutto come una minaccia all'identità e alla cultura nazionale. Essi sono ritratti come inassimilabili, incapaci di abbandonare i loro costumi e abbracciare la cultura ospitante, poiché la loro cultura e origine viene percepita come diametralmente opposta. L'azione dei media si inserisce nella direzione di ampliare questo "divario culturale" tra la nostra cultura e la loro, poiché alla base vi sono due visioni del mondo diverse, modellate da credenze, norme e valori differenti (Milojević e Milić, 2023). Lo scopo è dunque quello di estremizzare le differenze culturali allo scopo di dimostrare l'impossibilità della convivenza; un rifiuto del multiculturalismo a favore di un'assimilazione delle minoranze culturali, al fine di creare una cultura unitaria e condivisa. Gli immigrati appaiono quindi come esseri che in virtù di caratteristiche ascritte sono "naturalmente" diversi, in modo rigido e permanente; un neo-razzismo dove il tema dominante non è il fattore biologico ma l'insormontabilità delle differenze culturali, un razzismo che, a prima vista, non postula la superiorità di certi gruppi o certi popoli in relazione ad altri, ma "solo" la pericolosità dell'abolire confini, l'incompatibilità degli stili di vita e delle

tradizioni²⁴. In particolar modo, il discorso pubblico e mediatico si concentra spesso sulle religioni degli immigrati e, più precisamente, su quella islamica, ponendo l'attenzione su questioni sensibili e molto divisive, spesso articolate in modo stereotipico e arcaico, nonché velate da una certa islamofobia²⁵: la costruzione di moschee e i relativi problemi di convivenza interculturale, il velo e il conseguente ruolo e status delle donne in relazione ai loro diritti, e le questioni di sicurezza derivanti dalla minaccia jihadista; queste ultime, attraverso i meccanismi di semplificazione e criminalizzazione descritti sopr'anzi, vengono inevitabilmente riconnessi con l'intera presenza musulmana in Italia, posta sotto accusa per sospetto di fondamentalismo e fanatismo religioso (Bruno, 2016). Il nodo della questione è che l'immigrazione, facendo arrivare e risiedere in Italia persone con un *background* culturale e religioso diverso da quello italiano, amplifica il ventaglio delle tradizioni, degli usi e dei costumi, mettendo quindi in discussione i presupposti su cui quello italiano si fonda; le «migrazioni internazionali agiscono potentemente sulla fisionomia culturale delle società di arrivo, non solo erodendo o mettendo a repentaglio le identità preesistenti, ma anche perché vi generano nuove opportunità di identificazione comunitaria» (Tagliaferri, 2021). La distinzione tra *Noi* e *Loro* prende così forma nella declinazione di una presunta superiorità culturale; la teoria della "sostituzione etnica" che sta prendendo piede nelle retoriche politiche di destra in quest'ultimo periodo, rientra perfettamente in questa interpretazione del fenomeno: l'idea di una futura trasformazione della società italiana, europea ed infine occidentale a seguito dell'invasione in massa dei migranti stranieri, portatori di una cultura e di una civiltà diversa da quella occidentale. Huntington²⁶, analizzando la situazione geopolitica nel mondo post-Guerra fredda, aveva quindi ragione: la fonte di conflitto e

²⁴ Intervista a Balibar Étienne. Il ritorno al futuro della razza: tra società e istituzioni / Casadei Thomas. In Rivista trimestrale di scienza dell'amministrazione. ISSN 0391-190X (2007) <https://iris.unimore.it/retrieve/e31e124b-92b7-987f-e053-3705fe0a095a/Scienza%20dell%27amministrazione.pdf>

²⁵ Forte avversione, dettata da ragioni pregiudiziali, verso la cultura e la religione islamica (Trecani).

²⁶ Huntington Samuel P. (2000), Lo scontro delle civiltà e il nuovo ordine mondiale, traduzione di Minucci Sergio. Garzanti Libri, Milano.

tensione fondamentale non sarà più di tanto né ideologica né economica, bensì legata alle identità culturali e soprattutto religiose.

Accanto ai *frames* dell'allarme sociale, securitario e relativo agli sbarchi, se ne può aggiungere un altro, parallelo, che articola l'immigrazione intorno alle narrazioni della dimensione umanitaria, caratterizzate da un atteggiamento pietistico e paternalistico; un'interpretazione del fenomeno apparentemente alternativa, in quanto scivola anch'essa nell'utilizzo di stereotipi ed etichette nella narrazione. Le notizie che evocano la cornice umanitaria possono essere viste come un insieme di rappresentazioni nettamente minoritarie sul piano quantitativo rispetto alle comuni pratiche di rappresentazione del tema descritte in precedenza; difatti, vengono utilizzate dai media in occasione di tragedie che coinvolgono i migranti, soffermandosi sulla sofferenza degli individui in fuga e sulle personali storie tragiche che li riguardano, raffigurandoli come bisognosi di protezione a causa di circostanze che vanno oltre le proprie responsabilità e azioni. Questo *frame* posiziona quindi i migranti come vittime innocenti e passive, dando priorità all'aiuto immediato, focalizzando l'attenzione sul ruolo salvifico della società civile e delle organizzazioni attive nel soccorso e nell'accoglienza degli immigrati (Musarò e Parmiggiani, 2022). Alla dinamica di vittimizzazione del migrante contribuisce in larga misura l'estetica dell'emozione, risultando in una spettacolarizzazione del dolore e della sofferenza: il discorso umanitario tende a raffigurare corpi sofferenti, ammassati e denutriti, spesso aventi come soggetti donne o bambini, e i riferimenti linguistici ad essi legati sono relativi ai termini "strage", "tragedia", "disperazione", insistendo da un lato sul carattere patologico-emergenziale di una situazione, ed evocando dall'altro un vocabolario sentimentale che fa leva sulla capacità e sensibilità umana di provare compassione di fronte alla sofferenza altrui. In sostanza, una rappresentazione positiva di *Noi* persone civili e benevoli nei confronti dei migranti, rappresentati sempre e comunque in una posizione di inferiorità.

A completamento del quadro descritto, è importante sottolineare che non solo quanto reso visibile e messo in risalto dai media è fondamentale per comprendere la costruzione di una rappresentazione sociale, ma anche tutto ciò che rimane escluso riveste un'importanza decisiva nella formazione di un immaginario collettivo. Il punto d'incontro tra il *frame* securitario e quello umanitario risiede proprio in questo, nella scelta di rappresentare gli immigrati come persone anonime, de-storicizzate e senza un'identità politica, religiosa e sociale, dove aspetti rilevanti quali la contestualizzazione delle vicende narrate, l'analisi delle cause e delle responsabilità, nonché l'elaborazione di soluzioni a lungo termine e la realtà tortuosa del sistema di accoglienza italiano, restano invisibili nella rappresentazione del fenomeno migratorio, come la mancata conoscenza della loro quotidianità. La narrativa adoperata corrisponde ad una combinazione ambivalente di sospetto ed empatia: essi vengono inquadrati sia come vittime innocenti che dovrebbero essere aiutati, e intrusi che rappresentano una minaccia economica, di sicurezza e culturale.

IL DISCORSO POPULISTA SULL'IMMIGRAZIONE

La scelta di concludere il presente elaborato approfondendo il fenomeno del populismo in Italia, deriva dall'importanza che il fenomeno migratorio assume nelle retoriche politiche dei movimenti populistici di destra, i quali associano alle rivendicazioni identitarie di carattere sovranista e nazionalista elementi quali la xenofobia, l'atteggiamento anti-immigrazione e la paura dello straniero. Le formazioni populiste sono quelle che più hanno sfruttato l'allarme lanciato dai media e la rappresentazione che ne risulta del fenomeno al fine di farne un'arma di consenso politico, amplificando quegli aspetti e quelle logiche securitarie basate sulla chiusura delle frontiere e sull'individuazione di un nemico ritratto come minaccia all'identità e alla società italiana; il populismo si presenta, più che come un rimedio, come una "prevenzione" all'invasione. Inoltre, come sottolineato da Van Dijk (2002), il modo in cui i politici trattano e parlano dell'immigrazione e delle minoranze etniche, attraverso la copertura mediatica e i canali social, contribuisce alla legittimazione di opinioni, atteggiamenti e ideologie.

3.1 Tratti salienti del populismo (digitale) di destra

Negli ultimi anni, sia a livello europeo che globale, vi è stata una crescita esponenziale delle forze populiste, tanto da portare Mudde (2004) a parlare di "*populist zeitgeist*²⁷"; al termine populismo si rifanno infatti una serie di esperienze politiche significativamente diverse tra di loro, a partire dalla collocazione geografica e dal *background* culturale di riferimento, ma anche in base all'orientamento politico. Questa peculiarità deriva dal fatto che il populismo tende a manifestarsi in modo diverso a seconda del contesto socio-politico nel quale si viene ad esprimere, assumendo dunque un carattere camaleontico: «a seconda dei diversi contesti l'agenda populista

²⁷ *Zeitgeist*: espressione di origine tedesca composta dalla parola *Zeit* ("tempo") e *Geist* ("spirito"), tradotta in italiano "spirito dei tempi", con cui si suole indicare il clima ideale, culturale, spirituale che si considera caratteristico di un'epoca. (Treccani)

si sviluppa sulla base di quelle questioni che non vengono prese in considerazione dall'élite dominante» (Minguzzi, 2023). Nonostante il concetto di populismo trovi definizioni divergenti e diverse all'interno del mondo accademico, a seconda che esso venga visto come un'ideologia (Mudde, 2004; Taggart, 2000), come una strategia politica, o come uno stile di discorso e di comunicazione (Jagers e Walgrave, 2007), vi è una generale concordanza tra gli studiosi su una definizione minima di populismo, il quale vede la società divisa in due gruppi omogenei ma contrapposti, il "popolo" e il "non-popolo", e che sostiene una politica volta ad essere espressione della volontà generale del popolo; difatti, i partiti populistici si pongono l'obiettivo di dare voce al popolo, ascoltando gli umori e attuandone le istanze. Il "popolo" è costituito dalla gente comune, mentre il "non-popolo" è chi ne sta al di fuori sia in termini storici che territoriali; al "non-popolo" vi appartengono anche le élite (politiche, economiche, intellettuali) accusate di essere corrotte e di agire contro il popolo. Jagers e Walgrave (2007), inserendosi nella linea di pensiero di coloro che inquadrano il fenomeno come uno stile comunicativo, distinguono una concezione *thin* da una *thick* del populismo: nella prima accezione «il populismo è privo di qualsiasi connotazione peggiorativa; è uno stile politico adottato da diversi tipi di politici in/da tutti i tempi». Il populismo segue una dimensione *thick* quando gli attori politici fanno riferimento al popolo come entità simbolica e spirituale, combinando questo "appello al popolo" con uno specifico tono anti-*establishment* ed escludendo determinate categorie di persone e fasce di popolazione; l'individuazione di un *outgroup* nella società avviene tipicamente nelle retoriche populiste di destra: i valori, le identità e i diritti del popolo non vengono compromessi soltanto dalle azioni delle élite, ma anche da una serie di *Altri*, che possono essere identificati negli immigrati, nelle persone appartenenti alla comunità LGBTQIA+, nei Rom o in altre minoranze etniche e culturali.

Da questa definizione si evince come il richiamo al popolo è da intendersi come un rimando al popolo-nazione, una realtà sottostante alle comunità

politiche. «Il popolo è un'idea che rimanda [...] alla nostalgia o desiderio di un fondo umano-sociale comune, a quella voglia di uniformità, somiglianza, omogeneità» (Dal Lago, 2017); i populistici si percepiscono infatti come gli unici rappresentanti legittimi di un popolo moralmente retto, percepito come un'entità pura e virtuosa, al quale si propongono di ricercarne lo spirito autentico. Il populismo di destra sottolinea dunque una visione della società basata su un'opposizione *in/out*, ovvero “noi” il popolo e “loro”, gli *Altri*, gli stranieri (Lorenzetti, 2020) e l'universo religioso e culturale che rappresentano, percepito come una minaccia per la *heartland* (Minguzzi, 2023); una visione manichea della società capace di alimentare razzismo e xenofobia, che ha la funzione di tracciare una demarcazione netta tra sé e gli *Altri* al fine di unificare l'*ingroup* della società contro un qualcosa o qualcuno, dinamica più efficace rispetto al mobilitare per qualcosa o qualcuno. Un populismo che si potrebbe definire identitario, in quanto in opposizione all'immigrazione e alla liberalizzazione culturale, alla globalizzazione e alla crescente diversità etnica, culturale e religiosa. Ecco allora che il senso e l'identità del “popolo” prende forma in termini di identità nazionale e culturale, seguendo una declinazione escludente e nativista che permette di creare, a livello comunicativo, un nemico esterno contro cui il popolo deve essere protetto e preservato, a sostegno di un'omogeneità etnica e culturale. I populismi di destra identificano il popolo con l'*ethnos*, focalizzando quindi lo scontro politico sulla contrapposizione tra autoctono e straniero; un neo-nazionalismo che, per definizione, «sarà legato alla difesa di un territorio e dei suoi confini, geografici e culturali» (Dal Lago, 2017). Nonostante nazionalismo e populismo siano fenomeni fondamentalmente diversi, condividono un assunto principale riguardo alla centralità del popolo e della sovranità nazionale; infatti, come riportato da Woods (2022), in alcuni paesi, le politiche restrittive in materia di immigrazione, stimulate dal discorso populista anti-immigrati, sono state adottate sulla base della sicurezza e dell'identità nazionale, portando dunque un elemento di nazionalismo all'interno del quadro politico populista. Guardando al caso italiano, lungo questa impostazione e

definizione di populismo è possibile inquadrare la Lega di Matteo Salvini e Fratelli d'Italia di Giorgia Meloni, connotati da un forte carattere sovranista-identitario, i quali fanno appello al «popolo degli “Italiani” minacciato da un lato dall'ondata migratoria [che ne ha minato l'identità] e dall'altro dai processi di globalizzazione e integrazione europea che ne hanno minato l'autonomia e la sovranità»²⁸.

La costruzione di un nemico esterno e il focus sulle questioni identitarie a carattere culturale e nazionalista richiede tuttavia l'adozione di particolari strategie comunicative, in particolare per quanto riguarda il modo in cui la dicotomia tra *Noi* e *Loro* viene espressa e pubblicizzata; ed è in questa dinamica che si inserisce il potente legame tra il populismo e i *social media*, i quali ricoprono un ruolo di primaria importanza nella diffusione delle idee populiste. La disintermediazione e l'orizzontalità dell'informazione permettono ai leader populistici di instaurare un processo comunicativo bidirezionale, in modo da interfacciarsi direttamente con i loro sostenitori; questo viene accompagnato e rafforzato da un processo di identificazione con l'elettorato: i leader populistici ritraggono sé stessi come persone comuni, che conducono una vita normale, parlando di sé come “gente del popolo”, “uno di voi”. Di conseguenza, la predilezione verte su un linguaggio enfatico con un lessico colloquiale, semplice e ad effetto, spesso ricorrendo all'utilizzo di idiomi popolari ed espressioni comuni, tipici della mimesi del parlato, volti a fornire un senso di vicinanza e di intimità tra il pubblico e il leader populista facendo leva sul “senso comune”; come sottolineato da Jagers e Walgrave (2007), per riferirsi al popolo, il politico populista nei suoi discorsi utilizza termini quali persone, cittadini, elettori, contribuenti e consumatori: tutte espressioni che possono essere impiegate dal leader stesso per riferirsi anche alla sua persona. Inoltre «i *social media* contribuiscono a drammatizzare la comunicazione populista poiché sono piattaforme vocate a produrre contenuti emotivi, controversi e anche

²⁸ Pandora Rivista, “Le radici del populismo” di Pier Giorgio Ardeni (scritto da Massimo Aprea) (Gennaio 2021); <https://www.pandorarivista.it/articoli/le-radici-del-populismo-di-pier-giorgio-ardeni/>

violenti» (Mazzoleni e Bracciale, 2018) nonché polarizzanti, aiutando quindi i politici populistici di destra a diffondere i loro messaggi volti a discriminare ed ostracizzare gli *Altri*; ciò avviene non solo rafforzando stereotipi e posizioni ideologiche, ma anche legittimando i discorsi d'odio, l'intolleranza e il disprezzo verso le minoranze. Invero, poiché i leader populistici si prefiggono di rispondere alle speranze e alle paure delle persone, i loro contenuti sono intrinsecamente carichi di emozioni quali rabbia e paura, intorno alle quali vengono sviluppate argomentazioni *ad hoc* per soddisfare da un lato le pulsioni e le esigenze del "popolo", mobilitando e organizzando i cittadini in funzione di una causa comune, e dall'altro per incanalare questi sentimenti popolari contro i bersagli selezionati. Questo tipo di comunicazione si focalizza maggiormente sulla persuasione delle idee e il modo in cui sono credute e sostenute, piuttosto che sulla veridicità del contenuto; i processi di de-statisticalizzazione²⁹ si riscontrano infatti soprattutto in quei contesti dove i populismi rivendicano questioni migratorie e di sicurezza sociale, caratterizzati da una discussione sul tema con riferimento sporadico ai dati statistici, e basati invece su aspetti di spettacolarizzazione a sfondo fortemente emozionale³⁰; non si ragiona tanto sulle effettive dimensioni della criminalità o sul numero reale degli arrivi dei migranti, quanto piuttosto su singoli casi e notizie di cronaca che trovano un eco mediale e pubblico rilevante. A sostegno di ciò, si può notare come le argomentazioni in merito alla questione migratoria siano sempre affrontate in una continua atmosfera di crisi, la quale crea un senso di emergenza sul quale il leader populista fomenta l'ansia collettiva, attirando di conseguenza consenso.

Il posizionamento sui *social network* e l'utilizzo massiccio di questi si rivela dunque una potente arma strategica per i leader populistici, poiché permettono loro di generare un flusso di informazioni quotidiane che consente alle persone di seguire in tempo reale le loro azioni e dichiarazioni

²⁹ Cfr. Pratt J. (2007), *Penal Populism*. Routledge, London.

³⁰ In *Cosmopolis*, Rivista di filosofia e teoria politica, *Populismo e immigrazione: un fatale incontro* (2022); <https://www.cosmopolisonline.it/articolo.php?numero=XVI12019&id=18>

(Lorenzetti, 2020), contribuendo così alla creazione di una campagna politica permanente. Tra questi, soprattutto Facebook risulta il più affine in quanto utilizza una forma di comunicazione che riflette le peculiarità del populismo; questa “affinità elettiva” (Prisley *et al.*, 2022) si fonda sulla visione manichea, fortemente polarizzata e conflittuale della realtà, tipica del populismo, e sulla predilezione ad un linguaggio semplificato ed emozionale, in linea con la logica comunicativa di Facebook. Avendo l’obiettivo di delineare la correlazione tra populismo di destra e retorica anti-immigrazione, la comunicazione social populista di Matteo Salvini, Leader della Lega e attualmente Vicepresidente del Consiglio dei ministri e Ministro delle infrastrutture e dei trasporti del governo Meloni, si rivela la più indicativa: Salvini ha evocato al meglio nell’immaginario collettivo la minaccia imminente dovuta all’accoglienza indiscriminata. Egli è riuscito ad associare alla sua figura una serie di *issues* e proposte politiche, ponendo enfasi su specifiche e determinate questioni sociali e, al contempo, proponendosi come il leader più competente e credibile per risolverle efficacemente. L’abilità di Salvini sta nel riuscire ad incorniciare gli eventi in modi specifici e a lui funzionali: il *frame* dell’immigrazione come un’invasione «ha dato maggiore centralità al tema, richiamando metaforicamente ad una situazione di aggressione incontrollabile che mette a rischio la sicurezza del Paese. Di fronte ad una invasione “pianificata”, apparirà giustificata agli occhi dei cittadini una reazione egualmente violenta» (Zattin, 2020); in questo modo, il suo radicale discorso xenofobo sull’immigrazione può facilmente passare per una sincera preoccupazione per la gestione della questione migratoria e della sicurezza del paese. Nella comunicazione salviniana il processo di *othering* degli immigrati come non-popolo si sostanzia nella ricorrenza ad una narrazione fortemente stereotipata e generalizzata degli stessi al fine di confermare la visione degli immigrati come minaccia alla sicurezza nazionale, all’economia nazionale e alla cultura italiana; questo avviene grazie all’avvalersi e alla diffusione di articoli che rimandano a episodi di cronaca locale mirati a sostenere tale tesi e a sottolineare l’irregolarità e la diversità dei migranti, come anche lo

stato di allerta della situazione. Inoltre, la negatività della condizione dei migranti è espressa anche «tramite l'uso di aggettivi e parole chiave che rientrano appieno nel fenomeno di categorizzazione dell'altro, secondo nozioni e pregiudizi culturali» (Colaci, 2020). A sostegno di ciò, si nota una propensione per l'espressione "immigrato/i", che connota un fenomeno passivo e invasivo, a scapito di "migrante/i", la quale indica invece un ruolo più attivo della persona e non implica necessariamente una connotazione negativa; spesso Salvini ricorre anche all'uso del termine "straniero/i", ad indicare qualcosa di estraneo, che non appartiene all'*ingroup* della società, e "clandestino/i", il quale rimanda invece all'infrazione della legge e all'irregolarità amministrativa e dunque all'illegalità, rafforzando lo stereotipo dell'associazione immigrazione-clandestinità e immigrazione-criminalità (Colaci, 2020). Associazioni che da un lato rappresentano la politica dell'esclusione attraverso l'inferiorizzazione dei migranti, e dall'altro rivelano il legame con «un'ideologia di destra esclusivista e securitaria, in cui la "diversità" da combattere sono gli immigrati» (Prisley *et al.*, 2022). Spesso accompagnate da immagini e video, le notizie di cronaca selezionate hanno lo scopo di coinvolgere emotivamente l'utente al fine di scaturire un sentimento di preoccupazione per la sua sicurezza e il suo futuro, nonché la paura, la diffidenza e la rabbia verso l'*Altro*; Zattin (2020) a tal proposito riporta come i messaggi di Salvini siano apparentemente normali, «ma nella loro banalità e perseguendo spesso dei luoghi comuni, stuzzicano e alimentano la paura per il diverso, il razzismo latente degli "italiani brava gente"».

A contestualizzare tali considerazioni, un riscontro empirico lo si trova su quanto pubblicato da Salvini nella sua pagina Facebook solo nei primi mesi di quest'anno. In merito agli immigrati come minaccia alla cultura italiana, dura l'opposizione di Salvini alla volontà di un Preside a Pioltello (Milano) di chiudere l'istituto in occasione dell'*Eid al-Fitr* ("festa di fine digiuno"), ultimo giorno di Ramadan, per poter permettere ai ragazzi di religione musulmana di celebrare la ricorrenza senza perdere le lezioni. «Un attacco ai valori,

all'identità e alle tradizioni del nostro Paese. Non è questo il “modello” di Italia ed Europa che vogliamo»³¹, frase riproposta in più post pubblicati inerenti allo stesso argomento. Per Salvini l'Islam non è una semplice religione, ma un “modello” incompatibile con i valori e le tradizioni occidentali; senza entrare troppo nel merito, è comunque doveroso sottolineare che le religioni non sono un blocco monolitico, ma vi esiste pluralità anche al loro interno: l'Islam non è dunque sinonimo di fondamentalismo, odio e violenza, come l'Occidente non è sinonimo di cristianesimo, democrazia, tolleranza e rispetto per i diritti umani. Guardando invece alla sfera della sicurezza, ripubblicando un articolo de // *Messaggero* intitolato “Roma, scippa il marsupio ai bimbi in strada e accoltella il papà: la follia del somalo a piazza Santa Maria Maggiore”, Salvini commenta con «Che nessuno parli di “tolleranza” o “ascolto”. Chi porta la guerra in casa va preso e spedito subito A CASA. Via!»³²; o ancora, riportando una notizia di *Ansa* dal titolo “Tre palestinesi pianificavano attentati, arresti a L'Aquila”, Salvini aggiunge che queste tre persone soggiornavano con permesso di soggiorno per ragioni umanitarie e commentando con «Nessuno spazio per chi pensa di venire in Italia per pianificare attentati e portare guerra e morte in Europa. ESPULSIONE!»³³; infine, riferendosi ad un articolo de *il Giornale* dal titolo “Dallo sbarco in Italia allo stupro della 13enne a Catania: i 7 egiziani ospiti del centro migranti”, asserisce «E c'è ancora qualcuno che si ostina a tifare per l'accoglienza senza limiti. Orgoglioso di aver fermato gli sbarchi e mangiatoie quando ero ministro dell'Interno e di essere a processo per aver difeso i confini e la dignità del mio Paese»³⁴. Come prima considerazione si denota l'utilizzo di un linguaggio aggressivo, dove i concetti più importanti vanno evidenziati in maiuscolo, come se fossero urlati a gran voce; punti esclamativi e l'uso del

³¹ <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=969782278049355&set=pb.100050527747831.-2207520000&type=3> (pubblicato in data 08.04.2024)

³² <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=941966447497605&set=pb.100050527747831.-2207520000&type=3> (pubblicato in data 19.02.2024)

³³ <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=953490003011916&set=pb.100050527747831.-2207520000&type=3> (pubblicato in data 11.03.2024)

³⁴ <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=933106141716969&set=pb.100050527747831.-2207520000&type=3> (pubblicato in data 04.02.2024)

maiuscolo segnalano un'incipiente ira, oltre che ad attirare immediatamente l'attenzione del destinatario (Terracciano, 2019). Inoltre, si riscontra la concettualizzazione metaforica dell'immigrazione come una "guerra", quindi una lotta e una battaglia, sia contro gli immigrati, sia contro coloro che sono a favore di essi, i quali parlano di "tolleranza e ascolto" e vogliono una "accoglienza senza limiti"; tolleranza e ascolto non sono possibili in quanto tutti gli immigrati sono possibili portatori di guerra, terrorismo e criminalità, e dunque pericolosi. Emerge con chiarezza anche l'oggettivazione e la deumanizzazione a cui sono sottoposte le persone migranti: i termini e i verbi che vengono usati per indicare il rimpatrio e l'atto di rimpatriare sono "prendere", "spedire", "rispedire", "via", "a casa", "espulsione"; le persone sono quindi trattate come merce, un oggetto che deve essere preso e rispedito, o cacciato via, nel posto dove vi appartiene (Lorenzetti, 2020). Infine, significativo è il fatto che gli ultimi due post sopra riportati presentano aspetti di misinformazione³⁵. Quanto al primo, premettendo che nell'articolo di *Ansa* non viene specificato lo stato giuridico delle persone in oggetto, la protezione umanitaria in Italia è stata abrogata dal "Decreto Sicurezza", convertito in L. 132/2018, promosso da Salvini stesso (allora Ministro dell'Interno) sostituendola con il permesso di soggiorno per protezione speciale; appare dunque impossibile, per Legge, che le persone coinvolte fossero in possesso di permesso di soggiorno per motivi umanitari. Guardando al secondo invece, oltre alla mancanza di un riferimento ai dati statistici per poter confermare di «aver fermato gli sbarchi», è corretto affermare che nel periodo in carica a Ministro dell'Interno (giugno 2018-settembre 2019) gli sbarchi sulle coste italiane sono diminuiti sensibilmente³⁶, ma non per merito diretto di Salvini, quanto piuttosto come effetto degli accordi bilaterali stipulati dal governo italiano con la Libia per limitare le partenze.

³⁵ *Supra* pp. 20-21

³⁶ Fondazione ISMU, *Sbarchi e accoglienza: 10 anni tra alti e bassi* (comunicato stampa 19.04.2024); <https://www.ismu.org/sbarchi-e-accoglienza-i-dati-degli-ultimi-10-anni-tra-alti-e-bassi/>

A conclusione di quanto descritto nel presente paragrafo, l'estrema xenofobia presente nelle retoriche politiche populiste di destra riflette un marcato conservatorismo culturale ed etnico che, nella pratica, si sostanzia in una rappresentazione errata e unilaterale della figura del migrante; dipingere i migranti come ospiti indesiderati, come criminali e possibili portatori di pratiche e costumi contrarie al "buonsenso", che devono essere controllati, espulsi e spediti via, produce ciò che Bauman (2016) chiama *adiaphorization*, ovvero «considerare i migranti come al di fuori dei propri interessi morali, causando di fatto la legittimazione di una produzione sociale di immoralità» (Lorenzetti, 2020). Nell'analisi che segue si analizzano le origini di questo sentimento anti-immigrazione nelle rivendicazioni populiste di destra, guardando al significativo impatto avuto nell'inasprimento delle politiche in materia di immigrazione in Italia, ponendo di fatto ostacoli alle politiche di promozione dell'integrazione; infatti, la stigmatizzazione degli immigrati da parte della destra come "stranieri" permanenti è stata favorita e accompagnata dal percorso di *policy* istituzionale e legislativo.

3.2 Il populismo come politica dei margini

Come evidenziato da Mazzoleni (2014), «il populismo ha prosperato in molte democrazie mature, spesso come reazione alle drammatiche trasformazioni portate dalla globalizzazione che sfidano gli equilibri di potere esistenti, i livelli di prosperità, gli indici economici e i modelli di lavoro». Difatti, uno dei principali fattori che influenza il voto populista è l'insicurezza economica, intensificatasi in seguito alla crisi finanziaria del 2008 che ha creato un clima di inquietudine ed incertezza diffuse a livello sociale nella maggior parte dei paesi occidentali e in particolar modo nell'eurozona (Guiso *et al.*, 2019); questa insicurezza, connessa alle diseguaglianze socio-economiche e al ciclo di austerità che ne è seguito, ha intensificato la già in atto crisi dell'offerta politica tradizionale portando

ad una diffidenza verso l'*establishment*, sia nazionale che europeo, e verso le forme di rappresentanza politica. Come analizzato brillantemente da Vittoria (2023), i populismi *far-right* sono riusciti a catalizzare questo risentimento individualistico dovuto alla percezione di un declino di status sociale, riconnettendolo ad un etnocentrismo e nativismo-protezionismo culturale che si materializza nell'avversione verso un capro espiatorio, gli immigrati. Su questo terreno fertile, i partiti populistici di destra hanno quindi costruito un largo consenso basato essenzialmente su due pilastri: una protesta antipolitica e anti-immigrazione. L'immigrazione è diventata una risorsa simbolica fondamentale dello *storytelling* politico, e un appello centrale utilizzato dal populismo per trasformare ansie sociali, economiche e culturali contro il sistema; ne sono un chiaro esempio, guardando al caso italiano, la Lega di Matteo Salvini e Fratelli d'Italia di Giorgia Meloni, ma anche il Front/Rassemblement National di Marine Le Pen in Francia o Alternative für Deutschland di Tino Chrupalla e Alice Weidel in Germania.

In via preliminare, è doveroso sottolineare che l'analisi che segue si focalizza esclusivamente sulla legislazione italiana dell'immigrazione, nonostante la materia sia oggetto di disposizioni normative anche a livello europeo ed internazionale. In Italia, sin dall'approvazione delle prime leggi in materia, emerge notevolmente la mancanza di una visione programmatica e di prospettiva al governo dell'immigrazione, avendo come conseguenza l'assenza di una legislazione organica in materia, a favore di decreti e leggi *ad hoc*, con una retorica e uno stampo prettamente emergenziale; lo attestano i diversi programmi di regolarizzazione *ex post* dei lavoratori immigrati (1986-2001), come la disattenzione ai meccanismi di integrazione e cittadinanza nelle scelte legislative. Inoltre, la prima legge organica sull'immigrazione giunge solo alla fine degli anni Novanta con la Turco-Napolitano (1998) seguita dal Testo Unico; una mancata attenzione istituzionale ad un fenomeno complesso e strutturale che stava già interessando il paese dal dopoguerra. Nel corso degli anni Novanta, l'aumento della presenza straniera accompagnava di pari passo l'insorgere

delle «prime pulsioni razziste, i nuovi imprenditori populistici della xenofobia», a partire da Alleanza Nazionale di Gianfranco Fini, erede del partito neofascista MSI, alla Lega Nord di Umberto Bossi, il quale rivendicava un primo freno all'immigrazione al fine di tutelare le "identità etniche collettive" (Frisone, 2022); infatti, la Lega Nord ha sempre posto enfasi sulla necessità di proteggere l'accesso dei "nativi" ai benefici sociali contro gli immigrati (Woods, 2022). È a partire da questo momento che si assiste ad un progressivo slittamento del discorso pubblico e politico sull'immigrazione entro la logica dell'emergenza e della sicurezza, con la ri-soggettivazione dei lavoratori immigrati quali immigrati irregolari o clandestini; processo che vede il suo primo culmine con l'attentato alle Torri Gemelle il quale, da un lato, ha reso prioritario l'innalzamento dei livelli di controllo alle frontiere nei paesi occidentali, legando la questione migratoria al mantenimento della sicurezza interna (Frisone, 2022), e radicalizzando le posizioni in materia di immigrazione dei partiti di destra; dall'altro, ha seminato il germe per quel sentimento sociale di paura e insicurezza, incalzato da un discorso pubblico e mediatico tendente all'allarmismo e alla stigmatizzazione della presenza straniera, sul quale si alimenterà poi quel risentimento etnocentrico ed anti-immigrazione. Mediaticamente e politicamente viene narrata l'immagine di un Islam minaccioso, fondamentalista, la cui natura è in buona sostanza criminale; connotazione che va ad intaccare tutta un'altra serie di temi correlati, dall'integrazione (impossibile un'integrazione efficiente in quanto gli islamici sono portatori di valori e costumi contrari alle norme accettate) a quello della libertà di culto (l'uso del velo islamico, le moschee viste come luoghi di progettazione di attentati) (Maneri, 2009); argomentazioni che vengono applicate in modo indiscriminato a tutta la componente immigrata.

L'approvazione della legge Bossi-Fini nel 2002 diviene l'emblema dell'approccio italiano al tema dell'immigrazione, e delinea chiaramente l'orientamento securitario dell'agenda di *policy* intrapresa dalla maggioranza di centro-destra al governo, guidata da Silvio Berlusconi

leader di Forza Italia, e composta da Lega Nord e Alleanza Nazionale³⁷. L'aspetto interessante consiste nel fatto che questa legge innesta alcune delle logiche destinate poi a caratterizzare le politiche migratorie degli anni successivi, specialmente in seguito all'esplosione elettorale dei partiti populistici e *far-right* nel 2018 (Vittoria, 2023), ovvero: strategie di *bordering* e *border politics*, nonché di esternalizzazione e repressione, con l'obiettivo di reprimere gli ingressi nel paese attraverso la riduzione dei periodi di validità dei permessi di soggiorno, l'innalzamento delle condizioni minime per assicurare la permanenza regolare dentro il paese e la detenzione di lunga permanenza nei CIE in attesa di espulsione. Di fatto, la Bossi-Fini rese più vulnerabile la posizione dei tanti migranti presenti sul territorio nazionale per motivi di lavoro, rendendo più difficile l'ingresso nel paese per i migranti, senza tenere in considerazione che l'aumento dell'irregolarità potesse dipendere dall'inefficiente gestione dei flussi di ingresso per motivi di lavoro. Non solo, il varo della Bossi-Fini fu fortemente condizionato dal linguaggio utilizzato nel dibattito pubblico in merito alla questione migratoria: compaiono anche nei documenti ufficiali termini quali "extracomunitario" e "clandestino" (Garau, 2019), e si assiste ad una prima politicizzazione del tema, con la Lega e Alleanza Nazionale che iniziano a capitalizzare le istanze securitarie, connesse ad un bisogno di protezione e senso di insicurezza, presenti in alcuni segmenti della società, «giocando sul doppio livello della drammatizzazione pubblica e della polarizzazione politica» (Vittoria, 2023). A livello governativo, negli anni successivi, l'agenda politica intensificò la sua connotazione securitaria, concentrandosi su aspetti quali la lotta contro il terrorismo, il contrasto dell'immigrazione clandestina, e i problemi legati alle questioni di ordine e sicurezza pubblica connessi al fenomeno migratorio. Interessante notare come nel programma elettorale della Lega Nord del 2006 si sottolinea il rischio del terrorismo e del potenziale "scontro di civiltà"; nella campagna elettorale del centro-destra dello stesso anno vengono per la prima volta mette in risalto le identità e le

³⁷ La coalizione di centro-destra guidata da Berlusconi restò al governo in modo pressoché continuativo dal 2001 fino al 2011 (eccezione per il governo Prodi II, maggio 2006-maggio 2008, di centro-sinistra che diede maggiore spazio al tema dell'integrazione degli immigrati).

radici culturali giudaico-cristiane come “assolutamente essenziali per difendere il popolo da qualsiasi fondamentalismo” (Magistro e Wittstock, 2021). Come riportato da Woods (2022), la destra populista in Italia ha inserito l’immigrazione nel suo populismo ponendola come *hot topic* e intersecandola con elementi quali nativismo e nazionalismo.

A seguire l’approvazione di due misure, la L. 125/2008 e la L. 94/2009, note come *Pacchetto sicurezza* imponevano un’altra importante censura nella legislazione sull’immigrazione, sempre voluta dalla coalizione di centro-destra, confermando la tendenza verso politiche di chiusura tout court (Garau, 2019) alimentate dalla retorica politica del “confine duro” e della “tolleranza e immigrazione zero”, e rafforzate dalla stipulazione di accordi bilaterali con la Libia di Muammar Gheddafi (già avviati agli inizi del Duemila) per il trattenimento dei migranti nei centri di detenzione libici, dove né il rispetto per i diritti umani dei migranti, né la conformità delle strutture di trattamento agli standard minimi internazionali per la detenzione sono rispettati, come più volte messo in luce da Amnesty International e da Human Rights Watch. Già dal nome del decreto si evince come il concetto di immigrazione si stia sempre più legando a quello di sicurezza e di ordine pubblico (spesso caricato da venature islamofobiche), con l’effetto di identificare una specifica categoria sociale come responsabile dell’instabilità e del deterioramento delle condizioni sociali del paese. Negli anni di profondo travaglio socio-economico nei quali il *Pacchetto sicurezza* viene varato, l’insistente risposta del governo a un intervento d’urgenza in materia di immigrazione attesta la strategia di ricorso ad un capro espiatorio: al senso di insicurezza e precarietà che investiva una larga parte dei cittadini italiani, il rimedio più istantaneo per distogliere l’attenzione dai problemi legati alla crisi è sicuramente l’individuazione di un nemico; linea sostenuta e incentivata dalla trattazione mediatica che persevera nella subordinazione del dibattito esclusivamente a fatti di cronaca nera. Correlazione immigrazione-criminalità del tutto slegata dalla realtà effettiva dei dati (periodo 2001-2008), che non attestano una corrispondenza

empirica tra incremento della popolazione immigrata e aumento della criminalità, poiché la natura principale dei reati commessi da persone immigrate ricadeva maggiormente nell'area dei reati comuni o comunque di *soft crimes* (Frisone, 2022). In una situazione già precaria, ad alimentare una nuova spirale di paura e panico sociale fu sia l'implodere, nel 2011, delle Primavere Arabe, che portarono ad una instabilità socio-politica in diversi paesi della fascia nordafricana e del Medio Oriente con la conseguente caduta di diversi regimi, tra cui quello di Ben Ali in Tunisia e di Gheddafi in Libia, paesi con cui l'Italia aveva stipulato accordi per il controllo delle frontiere esterne. Sia l'inizio della crisi dei rifugiati intorno al 2013; l'effetto fu l'intensificarsi degli arrivi via mare di migliaia di persone verso l'Europa, per lo più profughi e migranti forzati. Questi arrivi furono spesso scenario di una serie di naufragi che portarono all'operazione *Mare Nostrum* (2013-2014), avviata sia con obiettivi di sicurezza che umanitari; al lavoro di organizzazioni ed altri attori umanitari si affiancarono i pattugliamenti dell'area e la presenza di militari italiani e funzionari delle polizie dei paesi di emigrazione, legati alla politica e alla retorica di securitizzazione dei confini (Cuttitta, 2015).

In questo contesto, il discorso politico sull'immigrazione si radicalizza fortemente, accompagnato da una rapida salienza della *issue* nell'opinione pubblica; ad aggravare tale percezione sociale di paura, il susseguirsi tra il 2014 e il 2017, di una serie di attentati terroristici di matrice fondamentalista islamica in Europa, portando ad un peggioramento della rappresentazione dell'Islam sui media e nella politica, rafforzando il binomio immigrazione-terrorismo. Parallelamente, un importante cambiamento avviene nel quadro politico italiano: la nascita di Fratelli d'Italia di Giorgia Meloni, partito nazional-conservatore e apertamente anti-immigrazione, e lo slittamento di *leadership* della Lega da Bossi a Matteo Salvini, il quale posiziona definitivamente il partito lungo una linea sovranista e nazionalista, xenofoba e fortemente anti-immigrazione. Difatti, sebbene il numero degli arrivi complessivi non componessero l'immagine di una "invasione", era in questi

termini che ne dibattevano i media e la propaganda populista a destra: «una narrazione che lasciava il pubblico profondamente confuso e sempre più contrario all'accoglienza» (Frisone, 2022). Dal punto di vista dell'offerta politica, sia la Lega che Fratelli d'Italia hanno sdoganato la politica dell'identità, basata sul rigetto dei valori liberali, dei processi di integrazione sovranazionale e del multiculturalismo, in nome della sovranità nazionale e di ideali nativisti³⁸. Come riportato da Vittoria (2023), la radicalizzazione della Lega e la crescita, in breve tempo, dei consensi a suo favore e di FdI segnalano come la politicizzazione dell'immigrazione, da parte dei populismi, «sia direttamente connessa a un messaggio-narrazione pubblica che presuppone la repressività delle politiche di confine e delle migrazioni illegali, come la criminalizzazione del rifugiato in sé». Nonostante nel periodo 2013-2018 si siano susseguiti governi di centro-sinistra³⁹, l'agenda politica in tema di immigrazione resta salda su aspetti securitari; di rilevante importanza il *Memorandum d'intesa* stipulato dal governo Gentiloni nel 2017 con la Libia, il quale prevede il supporto tecnico ed economico alle autorità libiche per il controllo delle frontiere, rafforzando dunque l'autorità della guardia costiera libica e implementando la politica di esternalizzazione e *bordering* già in atto.

La stagione elettorale del 2018 registra la straordinaria affermazione dei partiti populistici in Italia, con l'affermazione della Lega di Salvini, partito politico pienamente far-right, e del Movimento 5 Stelle⁴⁰ i quali diedero vita alla coalizione giallo-verde raccogliendo più del 50% dei consensi a livello nazionale. Con Salvini in carica a Ministro dell'Interno, tra i primi provvedimenti intrapresi dal governo si riscontrano urgenti misure in materia di contrasto all'immigrazione illegale e di ordine e sicurezza pubblica. I c.d. *Decreti sicurezza* (L. 123/2018 e L. 53/2019) stabilizzarono l'orientamento

³⁸ Rivista il Mulino, *Immigrazione. Un capitale politico per la destra populista* (Novembre 2021); <https://www.rivistailmulino.it/a/un-capitale-politico-per-la-destra-populista>

³⁹ Rispettivamente: Governo Letta (aprile 2013-febbraio 2014), Governo Renzi (febbraio 2014-dicembre 2016) e Governo Gentiloni (dicembre 2016-giugno 2018).

⁴⁰ Fondato nel 2009 da Beppe Grillo, il M5S si presenta come un partito-movimento populista sui generis, poiché promuove sé stesso come organizzazione né di sinistra né di destra.

di *policy* deliberatamente anti-immigrazione, istituzionalizzando il carattere repressivo e restrittivo in materia. In particolare, sotto la dichiarata necessità di misure restrittive al fine di prevenire il traffico di esseri umani e salvaguardare la sicurezza nazionale, i decreti stabilivano un ridimensionamento della seconda accoglienza, maggiormente orientata verso l'inclusione rispetto alla prima accoglienza, per lo più assistenziale, che diventava prerogativa esclusiva di chi era già titolare dell'asilo; a cui si aggiunge un significativo taglio dei costi finanziati dallo Stato per la gestione delle strutture di accoglienza. Inoltre, determinavano l'abolizione della protezione umanitaria, prevista dall'art. 10 Cost⁴¹, e aumentavano le multe e le limitazioni poste alle ONG operanti in mare nel salvataggio e soccorso dei migranti, in quanto accusate di favorire l'immigrazione illegale. Era la politica dei "porti chiusi" inaugurata dal Ministro dell'Interno, ritenuta "doverosa, oltre che legittima e lecita". Analogamente, è interessante notare come anche nel programma elettorale (2018) di Fratelli d'Italia vi sia un chiaro intento a difendere i confini italiani e l'interesse nazionale in politica estera, concentrandosi su temi quali sicurezza, ordine pubblico e lotta all'immigrazione illegale, nonché l'obiettivo di proteggere l'identità italiana dal processo di islamizzazione (Shi, 2023).

Tuttavia, le misure apportate dai *Decreti sicurezza* si sono rivelate controproducenti agli obiettivi prefissati, generando una maggiore esclusione e marginalizzazione di un'ampia fascia dei richiedenti asilo, destinati a rimanere irregolari e a riversarsi nell'illegalità. La quota di immigrati irregolari infatti subì un incremento notevole nel solo giro di un anno, passato dal 67% nel 2018 all'81% nel 2019⁴². In aggiunta, è doveroso sottolineare che l'adozione di una politica così ferrea non trova riscontro in

⁴¹ L'art. 10, terzo comma, Cost. riconosce il "diritto d'asilo nel territorio della Repubblica" come diritto fondamentale dello straniero "al quale sia impedito nel suo paese l'effettivo esercizio delle libertà democratiche garantite dalla Costituzione italiana"; il permesso di soggiorno per motivi umanitari si inseriva pertanto nel diritto costituzionale di asilo.

⁴² Openpolis, *I numerosi problemi che comporterebbe un ritorno al decreto sicurezza* (settembre 2022); <https://www.openpolis.it/i-numerosi-problemi-che-comporterebbe-un-ritorno-al-decreto-sicurezza/>

un reale incremento degli arrivi via mare (come conseguenza anche del *Memorandum* con la Libia) e della criminalità sul territorio nazionale (Nicolosi, 2019). In conclusione, i *Decreti sicurezza* rafforzano da un lato la politicizzazione (ostile) dell'immigrazione nel discorso pubblico, «con la paura sociale e la difesa delle frontiere che diventano il perno di un discorso politico che si riduce ad una politica anti-immigrazione» (Vittoria, 2023), e dall'altro gettano inflessibili basi per una sempre più crescente securitizzazione dell'agenda politica sull'immigrazione, oltre che strumentalizzazione del migrante quale *scapegoat* alle difficoltà e alle incertezze della popolazione; difatti, come riportato dall'Associazione Carta di Roma, durante la pandemia da Covid-19, Lega e Fratelli d'Italia hanno spesso collegato il tema dell'immigrazione con quello della difesa della nazione italiana dal nemico patogeno, spesso additando gli immigrati come veicoli del virus. Guardando l'orientamento politico dell'attuale governo guidato da Giorgia Meloni, descritta dal *Financial Times* come "l'astro nascente dell'estrema destra italiana", il populismo *far-right* e anti-immigrazione sembra prendere definitivamente campo nella politica italiana; una politica che, guardando al programma della coalizione, sembra inaugurare un ritorno ai decreti sicurezza, alla politica dei porti chiusi, al diniego delle richieste d'asilo e ai rimpatri forzati, nonché agli accordi bilaterali, come il recente Protocollo Italia-Albania firmato il 6 novembre scorso che, oltre ad estremizzare il processo di esternalizzazione delle frontiere realizzando una vera e propria extraterritorialità giuridica, attesta un grave smacco al diritto umano e principio costituzionale della inviolabilità della libertà personale.

CONCLUSIONE

Fornire una conclusione definitiva a quanto si è cercato di analizzare nel presente elaborato appare riduttivo; risulta piuttosto interessante riportare una riflessione finale di quanto discusso. L'immigrazione e i flussi migratori sono una tematica di tutta attualità e oggetto di forte attenzione a tutti i livelli, non solo nel dibattito politico nazionale, europeo ed internazionale, ma anche a livello di opinione pubblica e sfera mediatica. A causa di ciò, la copertura mediatica del fenomeno migratorio deve basarsi necessariamente su un'analisi che tenga in considerazione molteplici aspetti e punti di vista; non deve ricondursi a dicotomie e stereotipi, a retoriche discorsive di appartenenza-non appartenenza, apertura-chiusura. Tuttavia, le diverse ricerche compiute portano ad affermare che il ritratto mediatico dell'immigrazione fornitoci si basa essenzialmente su un triangolo ai cui vertici troviamo criminalità, clandestinità e sbarchi, una narrazione omologante in cui risulta lampante la totale assenza del punto di vista del migrante. Fin dalle prime trattazioni sul tema, i media scelgono di ritrarre l'immigrazione come un'invasione e un'emergenza del tutto improvvisa, costruendo sempre più un'immagine negativa dei migranti all'interno del tessuto sociale, associandoli a temi quali devianza, legalità e sicurezza. Una spettacolarizzazione dell'immigrato che ha portato sempre più ad una degenerazione sociale della sua immagine: alla parola immigrato associamo automaticamente la figura di una persona povera, africana, musulmana, potenzialmente criminale e/o pericolosa. Una rappresentazione che privilegia stereotipi, pregiudizi e accenti emotivi, non la realtà dei fatti, facendo diventare l'emergenza "senso comune" e immaginario collettivo.

Questo immaginario emergenziale, sviluppato e sostenuto dai media, è stato prontamente inserito anche all'interno della narrazione politica; invero, fin dagli anni Novanta, l'immigrazione è stata regolata attraverso politiche di controllo sempre più rigorose che, oltre ad essersi rivelate inefficaci e

decontestualizzate, hanno portato a diverse forme di precarizzazione e discriminazione a scapito dei migranti. Una spirale di allarmismo che ha finito per investire anche i cittadini, sottoposti alla continua “strategia della paura” messa in atto da media e politica: «l’oggetto della paura richiama attenzione, non c’è bisogno della sua definizione specifica, perché la paura diventa uno strumento di propaganda, atto a semplificare la complessità sociale al suo elettorato» (Terracciano, 2019). L’Italia è infatti il paese Ue in cui si riscontra un maggior scarto tra la *realtà* e la *percezione* del fenomeno migratorio; una percezione errata conseguenza di un non-emergenza che è stata trasformata invece in emergenza, a causa di un’informazione più attenta all’emozionante impatto narrativo dei dati che alla loro reale valenza informativa. Come si è cercato di delineare nell’ultimo capitolo della trattazione, una narrazione si fatta ha finito per rappresentare la principale risorsa simbolica su cui, negli ultimi anni, i populismi *far-right* hanno inserito il proprio carattere identitario nazionalista e nativista, declinandolo come componente anti-immigrazione. Come evidenziato da Aichholzer e Zandonella (2016)⁴³, innescare emozioni negative e minacce sociali associate agli immigrati risulta essere una strategia di comunicazione efficace per mobilitare il voto a favore dei partiti di destra radicali. Nel trattare l’immigrazione, il continuo utilizzo della retorica *Noi e Loro* è propedeutico allo sfruttamento dell’incertezza e dei timori dell’elettorato andando a giocare con il senso di insicurezza dei cittadini e aumentando la polarizzazione del dibattito pubblico.

Si conviene dunque facilmente alla conclusione che oggi la narrazione del fenomeno migratorio dipende in larga misura dalla rappresentazione mediatica e politica, piuttosto che dalla sua reale estensione. Di fronte ad una realtà sempre più multiculturale, una sfida si colloca dinanzi alla comunicazione politica e mediale: l’abbandono di improprie strumentalizzazioni e generalizzazioni, oltre che tenere la giusta distanza

⁴³ Aichholzer J., Zandonella M., Psychological bases of support for radical right parties. *Personality and Individual Differences*, 96 (2016), pp. 185-190. <http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2016.02.072>

da fenomeni quali *fake news* ed *hate speech*, al fine di costruire un'opinione pubblica correttamente informata. L'obiettivo dei politici e dei media dovrebbe essere quello di veicolare un'informazione che non sia ipocritamente neutrale e che non favorisca il sedimentarsi di una sola narrazione predominante; un'informazione giusta e corretta è un'informazione che non porta i cittadini ad assimilare passivamente le informazioni, ma è un'informazione che invita a porsi delle domande e a pensare. La diversità culturale è una risorsa inestimabile per le società contemporanee: accogliere e integrare i migranti secondo giuste misure e cautele può portare ad una società italiana più ricca ed inclusiva, partendo dalla riconoscenza dell'identità peculiare di ciascuno.

BIBLIOGRAFIA

- Almagisti M. (2016), *Una democrazia possibile. Politica e territorio nell'Italia contemporanea*. Carocci, Roma.
- Altheide David L., Snow Robert P., in Marini R. (a cura di) (2018), *Media logic. La logica dei media*. Armando Editore.
- Ambrosini M. (2020), *L'invasione immaginaria. L'immigrazione oltre i luoghi comuni*. Editori Laterza, Roma-Bari.
- Ambrosini M. (2017), *Migrazioni*. Egea, Milano.
- Bauman Z., *Between Separation and Integration: Strategies of Cohabitation in the Era of Diasporization and Internet*. «Popular Communication», 2018, vol. 16: 1-3. <https://doi.org/10.1080/15405702.2017.1406094>
- Belluati M., *Hate or Hateful? L'uso del linguaggio d'offesa nelle discussioni politiche*. «Comunicazione Politica», 2018, vol. 3, pp. 373-392.
- Bentivegna S., Boccia Artieri G. (2019), *Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale*. Editori Laterza, Roma-Bari.
- Binotto M., Bruno M., *Confini e nemici. Immaginario e frame delle migrazioni nel discorso pubblico Italiano*. H-ermes. Journal of Communication, 19 (2021), pp. 181-206. <https://doi.org/10.1285/i22840753n19p181>
- Binotto M., Bruno M., *Spazi mediali delle migrazioni. Framing e rappresentazioni del confine nell'informazione italiana*. Lingue e Linguaggi 25 (2018), pp. 17-44. <https://doi.org/10.1285/i22390359v25p17>
- Binotto M., Bruno M., Lai V. (a cura di) (2016), *Tracciare confini. L'immigrazione nei media italiani*. Milano: FrancoAngeli.
- Bruno M., *Media representations of immigrants in Italy: framing real and symbolic borders*. REMHU - Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana, Brasilia, Ano XXIV, gennaio-aprile 2016, n. 46, pp. 45-58. <http://dx.doi.org/10.1590/1980-85852503880004604>
- Bulli G., Tonini A. (a cura di) (2021), *Migrazioni in Italia: oltre la sfida. Per un approccio interdisciplinare allo studio delle migrazioni*. Firenze: Firenze University Press (Studi e saggi; 229). <https://doi.org/10.36253/978-88-6453-965-2>

- Caponio T., Capiali Maria T., Italian migration policies in times of crisis: the policy gap reconsidered. *South European society and politics*, 2018, Vol 23, No. 1, pp. 115-132. <https://hdl.handle.net/1814/60036>
- Chouliaraki L., Stolic T., Rethinking media responsibility in the refugee "crisis": a visual typology of European news. *Media Culture & Society*, 2017, Vol 39 (Issue 8), pp. 1162-1177. <https://doi.org/10.1177/0163443717726163>
- Cinelli M., De Francisci Morales G., Galeazzi A., Quattrocioni W., & Starnini M. (2021), The echo chamber effect on social media. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Colaci Laura A., L'uso delle metafore concettuali come propaganda contro l'immigrazione. *Analisi delle Pagine Facebook di Matteo Salvini e Jörg Meuthen. Lingue e Linguaggi*, 2020, Vol. 35, pp. 101-128. <https://doi.org/10.1285/i22390359v35p101>
- Cuttitta P., Lampedusa tra produzione e rappresentazione del confine. *REMHU - Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana*, Brasilia, Ano XXIII, n. 44, gennaio 2015, pp. 31-45. <http://dx.doi.org/10.1590/1980-85852503880004403>
- Dal Lago A., La Tautologia della paura. *Rassegna Italiana di Sociologia*, Fascicolo 1, gennaio-marzo (1999), pp: 5-42. Il Mulino, Bologna.
- Dal Lago A. (2017), *Populismo digitale. La crisi, la rete e la nuova destra*. Raffaello Cortina Editore, Milano.
- Degli Esposti P., Riva C., Setiffi F. (2020), *Sociologia dei consumi*. Utet, Novara.
- D'Errico F., Papapicco C., Scardigno R., Lentano G., Mininni G., "Non credo ai miei occhi!" Un approccio psico-sociale alle visual fake news. «Echo», *Rivista interdisciplinare di comunicazione*, 2021, n. 3. <https://doi.org/10.15162/2704-8659/1296>
- Di Gregorio L. (2019), *Demopatia. Sintomi, diagnosi e terapie del malessere democratico*. Rubbettino.

Entman Robert M., Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. Journal of communication (December 1993) n. 43 [Issue 4], pp. 51-58.

<https://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

Frisone F., Immigrazione in Italia tra antipolitica e populismo (1992-2018): la Lega e il *welfare chauvinism*. Nazioni e Regioni, studi e ricerche sulla comunità immigrata, 2022, n. 19-20, pp. 31-53.

<https://doi.org/10.15162/2282-5681/1679>

Garau E., Gli studi sull'immigrazione: il caso italiano [Studies on immigration and the Italian case]. RiMe – Rivista dell'Istituto di Storia dell'Europa Mediterranea, numero 5/II n. s., dicembre 2019.

<https://doi.org/10.7410/1399>

Guiso L., Herrera H., Morelli M., Sonno T., Global crises and populism: the role of Eurozone institutions. Economic Policy, January 2019, 34 (97), pp. 95-139.

<http://dx.doi.org/10.1093/epolic/eiy018>

Iannelli L., Biagi B., Meleddu M. (2021), Public opinion polarization on immigration in Italy: the role of traditional and digital news media practices,

The Communication Review.

<https://doi.org/10.1080/10714421.2021.1972720>

Intervista a Balibar Étienne. Il ritorno al futuro della razza: tra società e istituzioni / Casadei Thomas. In Rivista trimestrale di scienza dell'amministrazione. ISSN 0391-190X (2007)

[https://iris.unimore.it/retrieve/e31e124b-92b7-987f-e053-](https://iris.unimore.it/retrieve/e31e124b-92b7-987f-e053-3705fe0a095a/Scienza%20dell%27amministrazione.pdf)

[3705fe0a095a/Scienza%20dell%27amministrazione.pdf](https://iris.unimore.it/retrieve/e31e124b-92b7-987f-e053-3705fe0a095a/Scienza%20dell%27amministrazione.pdf)

Jagers J., Walgrave S., Populism as political communication style: an empirical study of political parties' discourse in Belgium. European Journal of Political Research, April 2007, 46 (3): pp. 319-345.

<http://dx.doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x>

Lorenzetti Maria I., Right-Wing Populism and the Representation of Immigrants on Social Media. A Critical Multimodal Analysis. Iperstoria, Journal of American and English studies, No. 15 (2020): Populism and Its Languages. <https://doi.org/10.13136/2281-4582/2020.i15.666>

- Magistro B., Wittstock N., Changing Preferences versus Issue Salience: The Political Success of Anti-immigration Parties in Italy. *South European Society and Politics*, 2021, Vol. 26 (3), pp. 383-411. <https://doi.org/10.1080/13608746.2021.2009107>
- Maneri M. (2009), I media e la guerra alle migrazioni, in Palidda S. (a cura di). *Razzismo democratico. La persecuzione degli stranieri in Europa*, Milano, Agenzia X, pp. 66-87.
- Mazzoleni G. (2021), *Introduzione alla comunicazione politica*. Il Mulino, Bologna.
- Mazzoleni G. (2012), *La comunicazione politica*. Il Mulino, Bologna.
- Mazzoleni G., *Mediatization and Political Populism*. In book: *Mediatization of Politics. Understanding the Transformation of Western Democracies*, 2014, pp. 42-56. http://dx.doi.org/10.1057/9781137275844_3
- Mazzoleni G., Bracciale R. (2019), *La politica pop online. I meme e le nuove sfide della comunicazione politica*. Il Mulino, Bologna.
- Mazzoleni G., Bracciale R., *Socially mediated populism: the communicative strategies of political leaders on Facebook*. *Palgrave Commun* 4, 50 (2018), pp. 1-10. <https://doi.org/10.1057/s41599-018-0104-x>
- Mazzoleni G., Schulz W., *Mediatization of politics: a challenge for democracy?*. «*Political Communication*», 2018, 16:3, pp. 247-261. <http://dx.doi.org/10.1080/105846099198613>
- Mazzoleni G., Sfardini A., *La popolarizzazione della politica: ruolo dei media e implicazioni per la cittadinanza*. «*Altre modernità*», 2010, n. 3 (marzo), pp. 36-42. <https://doi.org/10.13130/2035-7680/511>
- Mazzoleni G., Sfardini A. (2009), *Politica Pop. Da Porta a Porta a L'Isola dei Famosi*. Il Mulino, Bologna.
- McCombs Maxwell E., Shaw Donald L., *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, No. 2 (Summer, 1972), pp. 176-187. <https://www.jstor.org/stable/2747787>
- Milojević A., Milić K. (2023), *Media Framing of the Refugee Crisis at the Periphery of Europe*. *Tripodos*, (53), pp. 10-31. <https://doi.org/10.51698/tripodos.2022.53.06>

Minguzzi L., Uno spettro si aggira nella comunicazione politica: il populismo in Rete. Rivista di Digital Politics, in Il Mulino – Rivisteweb, Vol. III, Fascicolo 1 (2023), pp. 157-182. <https://doi.org/10.53227/107481>

Mudde C., The Populist Zeitgeist. Government and Opposition, 2004, 39 (4), pp. 541-563. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>

Musarò P., Parmiggiani P. (2022), Ospitalità mediatica. Le migrazioni nel discorso pubblico. Milano: FrancoAngeli. <http://bit.ly/francoangeli-oa>

Nicodemo F. (2018), Disinformazia. La comunicazione al tempo dei social media. Marsilio Nodi, Venezia.

Nicolosi G., La migrazione come risorsa simbolica dello storytelling politico. Immaginario emergenziale, discorsi d'odio e media in Italia. Im@go - A Journal of the Social Imaginary, 2019, Number 14 – Year VIII, pp. 101-123.

Palidda S. (2011), Racial Criminalization of Migrants in the 21st Century. Routledge, London. Citation taken from an extract of the book at: https://www.academia.edu/37822052/Extract_from_Racial_Criminalisation_of_Migrants_in_21st_Century

Prislei L., Di Cicco G., Sensales G., D'Urso E., Representations of immigration on Facebook: A lexicographic analysis of the communication of Italian populist and non-populist leaders (2019-2021). Psychology Hub, 2022, 39 (3), pp. 41-52. <https://doi.org/10.13133/2724-2943/17809>

Riva C. (a cura di) (2021), Social media e politica. Esperienze, analisi e scenari della nuova comunicazione politica. Utet, Novara.

Sensales G., Di Cicco G., Baldner C., Representations of Italian Populism and Immigration on Facebook. A Comparison of the Posts by Luigi Di Maio and Matteo Salvini (2014-2018). Papers on Social Representations, Volume 30, Issue 1, pp. 1-34 (2021). <https://psr.iscte-iul.pt/index.php/PSR/article/view/566/486>

Shaw Eugene F. (1979), Agenda Setting and Mass Communication Theory, in Gazette (international Journal for Mass Communication Studies) vol. XXV, n.2. <https://doi.org/10.1177/001654927902500203>

- Tagliaferri T., L'Italia e il mito dell'invasione. Rivista giuridica del Mezzogiorno. Fascicolo 2-3, giugno-settembre 2021, pp. 791-804. <https://www.rivisteweb.it/doi/10.1444/101009>
- Terracciano B., Il linguaggio della paura: la strategia social mediale di Matteo Salvini. Rivista Italiana di Filosofia del Linguaggio, 2019, Vol. 13 (2), pp. 165-181. <http://www.rifl.unical.it/index.php/rifl/article/view/552>
- Tudisca V., Pelliccia A., Valente A. (a cura di) (2019), Imago Migrantis. Migranti alle porte dell'Europa nell'era dei media. CNR - Istituto di Ricerche sulla Popolazione e le Politiche Sociali. IRRPPS Monografie.
- Vittoria A. (2023), L'oppio dei populistici. Risentimento di status e politica anti-immigrazione in Italia (2008-2022). Mimesis Edizioni.
- Vegetti F., Širinić D. (2019), Left–Right Categorization and Perceptions of Party Ideologies. Polit Behav 41, pp. 257–280. <https://doi.org/10.1007/s11109-018-9451-y>
- Watson C. (2018), Information Literacy in a Fake/False News World: An Overview of the Characteristics of Fake News and its Historical Development. 46 International Journal of Legal Information, pp. 93-96. https://digitalcommons.law.uga.edu/fac_artchop/1233
- Woods D., Populism has relationship issues: collider effects and immigration policy in Italy. Global Public Policy and Governance, 2022, Vol. 2 (5). <http://dx.doi.org/10.1007/s43508-022-00035-0>
- Zarzalejos J. (2017), The post-truth era: reality vs. perception. Uno Magazine. https://www.uno-magazine.com/wp-content/uploads/2017/03/UNO_27_ENG_alta.pdf
- Van Dijk Teun A., Discourse and Racism. A Companion to Racial and Ethnic Studies, edited by David Theo Goldberg and John Solomos. London: Blackwell, 2002. pp. 145-159.

SITOGRAFIA

XIII Rapporto annuale (2023): gli stranieri nel mercato del lavoro in Italia.

Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali <https://www.lavoro.gov.it/temi-e-priorita-immigrazione/focus/xiii-rapporto-mdl-stranieri-2023>

Accademia della Crusca: <https://accademiadellacrusca.it/>

ASGI – Associazione per gli studi giuridici sull'immigrazione: <https://www.asgi.it/>

Associazione Carta di Roma: <https://www.cartadiroma.org/>

Cosmopolis: <https://www.cosmopolisonline.it/>

Dizionario Corriere: <https://dizionari.corriere.it>

Enciclopedia Treccani: <https://www.treccani.it/>

Fondazione Giangiacomo Feltrinelli: <https://fondazionefeltrinelli.it/>

Fondazione ISMU: <https://www.ismu.org/>

Fondazione Leone Moressa: <https://www.fondazioneleonemoressa.org/>

Il Bo Live UniPD: <https://ilbolive.unipd.it/it/homepage>

Immigrati.Stat: <http://stra-dati.istat.it/>

INAPP, Istituto Nazionale per l'analisi delle Politiche Pubbliche: <https://www.inapp.gov.it/>

Migration Data Portal: <https://www.migrationdataportal.org/>

Openpolis: <https://www.openpolis.it/>

Osservatorio DANE – Democrazia a NordEst, *Comunicazione politica, social network e populismo: due strategie, un partito. Il caso della Lega di Matteo Salvini e Luca Zaia*; a cura di Zattin Filippo (anno 2020).

<https://www.centrostudiregionali.unipd.it/wp-content/uploads/2020/11/31-10-2020-nota-Zattin-VERSIONE-DANE-v3.pdf>

Pagina Facebook Matteo Salvini: <https://www.facebook.com/salviniofficial/>

Pandora Rivista: <https://www.pandorarivista.it/>

Rivista il Mulino: <https://www.rivistailmulino.it/>

Tortuga, *Immigrazione: una questione di percezione*. <https://www.tortuga-econ.it/2023/06/01/immigrazione-una-questione-di-percezione/>

UNHCR, The UN Refugee Agency: <https://www.unhcr.org/>