



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA**

**Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione (DPSS)**

**Corso di Laurea Magistrale in Psicologia di Comunità, della Promozione del**

**Benessere e del Cambiamento Sociale**

**Tesi di Laurea Magistrale**

Favelas nei media: analisi della stigmatizzazione territoriale e approcci per  
il cambiamento.

*Favelas in the media: analysis of territorial stigmatization and approaches  
for change.*

***Relatore***

Prof. Roberto De Vogli

***Laureando:*** Matteo Busceti

***Matricola:*** 2054773

Anno Accademico 2022-2023

# INDICE

<b>INTRODUZIONE.....</b>	<b>3</b>
<b>CAPITOLO 1 - BRASILE .....</b>	<b>5</b>
1.1 BRASILE, TERRA DI DISEGUAGLIANZA.....	5
1.2 FAVELAS .....	10
1.3 UNA FAVELA È CIÒ CHE <i>NÃO</i> È E CIÒ CHE <i>NÃO</i> TEM .....	15
<b>CAPITOLO 2 - I MASS MEDIA TRA INFLUENZA E CREAZIONE DI STEREOTIPI.....</b>	<b>20</b>
2.1 COSA SONO I “NUOVI MEDIA”? .....	22
2.2 MEDIA ONNIPOTENTI, LIMITATI E CON EFFETTO: L'EVOLUZIONE DELLE TEORIE DELL'INFLUENZA DEI MEDIA .....	26
2.2.1 <i>Teorie dei media onnipotenti</i> .....	27
2.2.2 <i>Teorie dei media con effetto limitato</i> .....	29
2.2.3 <i>Un cambio di prospettiva: ritorno al concetto di media potente?</i> .....	32
2.3 MEDIA CON EFFETTI A LUNGO TERMINE .....	33
2.3.1 <i>Agenda setting</i> .....	34
2.3.2 <i>Spirale del silenzio</i> .....	35
2.3.3 <i>Teoria della coltivazione</i> .....	37
2.4 CREAZIONE DI STEREOTIPI E PREGIUDIZI .....	39
2.5 MANUFACTURING CONTEST: CONTROLLO DELLE OPINIONI COME FORMA DI POTERE .....	42
<b>CAPITOLO 3 - FAVELAS E <i>FAVELADOS</i> TRA STIGMA E PREGIUDIZIO .....</b>	<b>47</b>
3.1 STIGMA.....	48
3.1.1 <i>Stigmatizzazione territoriale</i> .....	51
3.2 COME I MEDIA DESCRIVONO LE FAVELAS? .....	53
3.2.1 <i>Rappresentazione televisiva</i> .....	58
3.3 EFFETTI DIRETTI DELLA STIGMATIZZAZIONE .....	62
<b>CAPITOLO 4 - COMBATTERE LO STIGMA .....</b>	<b>67</b>
4.1 IL POTERE DELLA CONTRONARRAZIONE: TRA TV E ONG .....	67
4.1.1 <i>Cosa fa un' ONG nel contesto favela?</i> .....	69
4.2 VOCE AI PIÙ DEBOLI, IL RUOLO DEI <i>DIGITAL MEDIA</i> .....	71
4.2.1 <i>Internet come strumento di empowerment</i> .....	75
4.3 DALLA TEORIA ALLA PRATICA: IL <i>COMPLESSO DA MARÉ</i> COME “COMUNITÀ GENERATIVA” .....	78
<b>CONSIDERAZIONI FINALI.....</b>	<b>81</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>83</b>

# INTRODUZIONE

Il Brasile costituisce un contesto straordinario per l'analisi delle intricate dinamiche di disuguaglianza e stigmatizzazione geografica, date la sua vastità territoriale, la ricchezza della sua diversità culturale e le complesse contraddizioni sociali presenti. In questa tesi verrà esaminato il modo in cui i media influenzano e amplificano la percezione delle favelas brasiliane, contribuendo ad una diffusa stigmatizzazione territoriale. Inoltre, parleremo di come l'empowerment, in particolare attraverso l'educazione digitale fornita da ONG e associazioni come "*Maré Vive*", può combattere gli stereotipi negativi e aiutare a costruire una "comunità generativa" (Martins e Pavia, 2022). Con una popolazione variegata e una notevole diversità culturale, il Brasile offre un quadro di vitalità e bellezza. Tuttavia, dietro questa immagine si nasconde una sfida importante: la disuguaglianza sociale, la quale rappresenta un ostacolo significativo alla crescita economica del paese e al benessere della sua popolazione. Le favelas, insediamenti informali che si trovano spesso alle periferie delle grandi città, sono i simboli della disuguaglianza nel Brasile. In queste zone, in cui vivono milioni di brasiliani, spesso sono presenti condizioni di vita difficili, con un accesso limitato a servizi essenziali come l'istruzione, la sanità e l'occupazione. Spesso, i media distorcono e stereotipano la percezione pubblica di queste comunità, il che porta ad un processo di stigmatizzazione che ostacola il progresso sociale ed economico. L'obiettivo di questa tesi è analizzare come i media, attraverso la loro rappresentazione delle favelas, possano contribuire a perpetuare stereotipi dannosi. Si esaminerà come il processo di stigmatizzazione territoriale influisca sulla percezione delle favelas e influenzi il modo in cui queste comunità sono trattate dalle istituzioni e dalla società in generale. Si analizzerà in che misura i media contribuiscano a rafforzare

questi pregiudizi, andando ad elencare e analizzare le varie teorie di influenza dei media nel corso degli anni. Tuttavia, questa tesi non si limita a esplorare il problema della stigmatizzazione territoriale. Si metterà anche in luce l'importanza delle iniziative che cercano di contrastare questa tendenza dannosa. In particolare, verrà esaminato il ruolo fondamentale dell'empowerment comunitario nella creazione di una "comunità generativa" all'interno delle favelas. Tramite programmi di educazione digitale, forniti da ONG e associazioni come "Maré Vive," i giovani delle favelas possono acquisire competenze che cambiano la loro prospettiva sul futuro e sulle opportunità disponibili.

# CAPITOLO 1 - Brasile

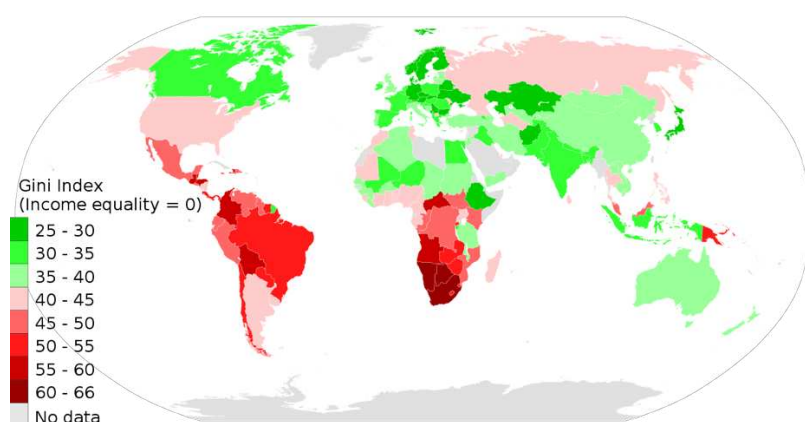
## 1.1 Brasile, terra di diseguaglianza

Il Brasile è una nazione vasta, per non dire vastissima, situata in America Latina. È famosa in tutto il mondo per la sua bellezza naturale, la diversità culturale e le sfide sociali. Con una superficie che abbraccia quasi metà del continente sudamericano e una popolazione di oltre 200 milioni di persone, il Brasile è il paese più grande dell'America Latina e il quinto più grande del mondo sia in termini di territorio che di popolazione. La società brasiliana, inoltre, è caratterizzata da una ricca diversità culturale, influenzata da una storia complessa di colonizzazione portoghese, schiavitù africana, immigrazione europea e contributi indigeni. Lo stesso nome del paese, “Brasile”, non ha origini certe. La storica Laura de Mello e Souza (2001) sostiene che il nome "Brasile" è più antico della stessa terra e trova conferma in numerose mappe europee risalenti al XIV secolo. Queste mappe utilizzavano diverse varianti del nome attuale, come "Bracil", "Brazille", "Bersil", per identificare un territorio geografico che era ancora considerato mitico o sconosciuto all'epoca. In altre parole, il nome "Brasile" era in circolazione molto prima che il Brasile come nazione e territorio acquisisse una reale identità geografica e politica (de Mello e Souza, 2001). Il nome e l'identità di questo paese sono legati, sia di nome che di fatto, al tema della disuguaglianza sociale ed economica, tanto da essere definita “terra dei contrasti”<sup>1</sup>. Infatti, nonostante le sue ricchezze naturali, la sua vastità territoriale e una

---

<sup>1</sup> R. Duarte, *Exploring the social impacts of Favela Tourism- an insight into the residents' view*, Wageningen University, 2010

economia tra le più grandi del mondo, il Brasile ha una distribuzione del reddito estremamente disuguale, con una significativa disparità tra ricchi e poveri (Solt, 2016). Questa disuguaglianza si riflette in problemi sociali come la povertà, l'accesso limitato all'istruzione e all'assistenza sanitaria di qualità, nonché in questioni legate alla sicurezza pubblica. Con un coefficiente di Gini pari al 52% nel 2014, la disuguaglianza di reddito brasiliana si può definire tra le più alte al mondo (Janiri, 2017).



*Figura 1: Indice Gini nel 2014 (Wikipedia, 2022b).*

---

<sup>2</sup> Indice Gini nel 2014 (Wikipedia, 2022). [https://it.wikipedia.org/wiki/Stati\\_per\\_uguaglianza\\_di\\_reddito](https://it.wikipedia.org/wiki/Stati_per_uguaglianza_di_reddito)

Il coefficiente di Gini, coniato da Corrado Gini, uno statistico italiano, nel 1912, è uno strumento ampiamente utilizzato per valutare l'ineguaglianza in una distribuzione. Spesso impiegato come indice di concentrazione, misura l'ineguaglianza nella distribuzione del reddito o della ricchezza (vedi Figura 1). In parole povere, fornisce una valutazione della disuguaglianza in una scala che varia da 0 a 1, dove 0 rappresenta una completa assenza di disuguaglianza e 1 rappresenta una disuguaglianza estrema (Nelli Feroci, 2020). Nonostante, quindi, il paese venga considerato tra le economie in forte crescita (fa parte anche del G20), il ceto più ricco della popolazione continua a beneficiare e appropriarsi di una maggiore fetta di guadagno. Una recente ricerca Oxfam indica che il 5% della popolazione più ricca guadagna mensilmente la stessa cifra del restante 95% (Oxfam, 2023). La situazione a livello patrimoniale da ancora di più l'idea della situazione: sei brasiliani possiedono la stessa ricchezza della metà più povera del paese (100 milioni di persone). Più del 50% della sua popolazione, per esempio, vive senza un'adeguata ed efficiente rete fognaria o installazione regolare di energia elettrica (Barbangelo, 2022). Per dare un'idea maggiore, facendo un confronto con altri stati, è stato visto come al ritmo attuale di riduzione della disuguaglianza in Brasile, il Paese impiegherà 75 anni per raggiungere l'attuale livello di uguaglianza dei redditi del Regno Unito e quasi 60 anni per raggiungere gli standard spagnoli. Rispetto ai paesi confinanti, il Brasile è 35 anni indietro rispetto all'Uruguay e 30 rispetto all'Argentina (Oxfam, 2023). Nonostante, quindi, il Brasile sia ritenuto a livello internazionale un paese in via di sviluppo [L'acronimo BRICS, coniato dall'analista Jim O'Neill nel 2001 per conto della banca di investimento Goldman Sachs, raggruppa cinque nazioni (Brasile, Russia, India, Cina e Sudafrica) che condividono diverse caratteristiche simili. Questi paesi sono considerati economie in via di sviluppo e presentano una combinazione di popolazione

numerosa, vasti territori geografici e abbondanti risorse naturali strategiche. Nel corso dell'ultimo decennio, sono stati notati per la loro significativa crescita del Prodotto Interno Lordo (PIL) e la loro crescente importanza nel commercio globale.] si tratta in realtà di un paese in transizione, che si trova in un equilibrio precario tra una società in evoluzione e una disuguaglianza economica che sta raggiungendo livelli storici critici (Atlante Geopolitico Treccani, 2022). Negli ultimi anni varie ricerche hanno dimostrato la correlazione tra disuguaglianza, violenza e criminalità, con la prima che influenza in negativo l'andamento dei due fenomeni citati (Moser, 2004; Winton 2004). Infatti, nel momento in cui si considera la disuguaglianza non bisogna soffermarsi unicamente sulla differenza di reddito tra le classi più povere e quelle più benestanti (Saborio, 2016), ma è importante menzionare le difficoltà che i poveri hanno ad accedere ai servizi di base e al fatto che proprio le istituzioni che dovrebbero tutelare queste popolazioni. Ad esempio, le forze di polizia e il sistema giudiziario, molte volte finiscono per opprimerle, aumentando così le distanze sociali tra ricchi e poveri, protetti e oppressi (Winton 2004). Lo sviluppo capitalistico del Brasile, che ha avuto origine dalla tratta degli schiavi, è stato caratterizzato dalla separazione tra chi aveva diritti e prosperità e chi ne era escluso; in questo modo una minoranza di persone ha accumulato ricchezza e privilegi, sfruttando la maggioranza, la quale non ha avuto accesso ad essi. Questa situazione si è verificata sin dai tempi in cui gli schiavi furono portati in Brasile e ha continuato con l'arrivo di migranti a Rio de Janeiro tra il XIX e il XX secolo (Martins, 2002). Queste persone sono state trattate come cittadini di seconda classe o addirittura veniva negata loro la cittadinanza. Questo gruppo di lavoratori, noto come "esercito industriale di riserva" come descritto da Marx (1867), è stato inizialmente confinato nelle parti più povere della città, come le colline (morros) e le periferie. La loro funzione principale era fornire manodopera a basso



costo necessaria per far funzionare l'economia. In questo contesto, le favelas hanno agito come ghetti, raccogliendo le persone essenziali al funzionamento della città, alle quali però è stato impedito di esercitare appieno i loro diritti di cittadini. Con il tempo, questa esclusione dai diritti è stata aggravata dall'assenza di un sistema di protezione sociale e dalla crescita dell'ideologia neoliberale. Come dimostrato da studi su ghetti negli Stati Uniti, come quelli condotti da Wacquant (2008) e Bourgois (2001), l'assenza di un adeguato sostegno sociale e l'ascesa del neoliberalismo hanno contribuito ad alimentare ulteriormente l'emarginazione di queste comunità. Le fasce sociali più svantaggiate sono le principali vittime della violenza nelle città dell'America del Sud. Nonostante il dibattito sulla sicurezza urbana spesso si concentri sulla preoccupazione delle classi medie riguardo alla microcriminalità, è un fatto dimostrato che chi soffre maggiormente a causa della violenza sono i segmenti più vulnerabili della popolazione (Winton, 2004; Moser, 2004). In particolare, la violenza si manifesta in modo più acuto nei quartieri più impoveriti di queste città, come le aree di baracche e gli insediamenti informali. In Brasile luoghi del genere vengono chiamati, come già è stato accennato precedentemente, *favelas* e rappresentano circa il 6% della popolazione nazionale. A Rio de Janeiro la popolazione delle favelas è molto più numerosa, e rappresenta il 23% dei cittadini (Cavallieri e Vial, 2012).

## 1.2 Favelas

Negli ultimi anni, è stato possibile assistere ad un importante cambiamento nella storia degli insediamenti umani, con il rapporto tra popolazione rurale e urbana che ha raggiunto un punto di svolta significativo. A partire da circa il 2007, oltre la metà della popolazione mondiale, pari al 53,6%, ha fatto il suo ingresso nei grandi centri urbani (UNDESA, 2015). Questo fenomeno evidenzia una tendenza crescente verso l'urbanizzazione, con sempre più individui che scelgono di stabilirsi nelle città invece delle zone rurali. Tutto ciò è alimentato anche dalla crescita demografica mondiale e dalle migrazioni di persone che affrontano sfide economiche, sociali e culturali. Questa tendenza si manifesta in aree già vulnerabili, caratterizzate da abitazioni precarie e dalla mancanza di infrastrutture di supporto. Queste aree sono spesso denominate con vari termini, tra cui *bidonville*, *favelas*, *villas miseria*, *slums*, *shantytowns*, e *baraccopoli*.

Parlare di *favela* significa parlare della storia del Brasile (Zaluar e Alvito, 2006). Avendo le sue origini radicate nella storia delle principali città brasiliane, è impossibile riflettere sullo sviluppo sociale e urbano del Brasile senza parlare delle *favelas*. La storia di esse è strettamente connessa con lo sviluppo del Brasile a partire dalla fine del XIX secolo. Il termine *favela* trae origine dal nome di una pianta estremamente resistente, che cresce in terreni aridi, tipici del nord-est del paese. Secondo i registri ufficiali del governo, la prima favela brasiliana a sorgere fu il *Morro da Providência*, situato a Rio de Janeiro, nel 1897. Dopo il ritorno dei soldati dalla *guerra di Canudos*<sup>3</sup>, che si era combattuta nello

---

<sup>3</sup> La guerra di Canudos (7 nov 1896 – 5 ott 1897) è la guerra che si combatté fra l'esercito brasiliano e gli abitanti dell'insediamento di Canudos, nello Stato di Bahia (Brasil Escola, n.d.).

stato di Bahia, molti di loro, insieme ad altri individui in condizioni economiche precarie, occuparono un'area vicina alla città, costruendo abitazioni temporanee in legno, nella speranza di un giorno ottenere una casa propria e un compenso finanziario come riconoscimento per il loro servizio nella difesa della comunità di *Canudos*. È stato durante gli anni 20' che il termine "*favela*" è stato preso "in prestito" dall'insediamento di *Morro Favela*<sup>4</sup> per indicare, genericamente, uno spazio occupato informalmente all'interno del paesaggio urbano, caratterizzato da povertà, scarsità di risorse ed esclusione sociale. La grande ondata migratoria dalle campagne alle città, dagli anni '40 agli anni '70, ha fatto sì che avvenisse la proliferazione delle favelas in Brasile. Poveri e costretti a sostenere costi esorbitanti per la scarsità di terreni e abitazioni, gli immigrati dalle campagne non avevano altra scelta che diventare abusivi (Wallenfeldt, 2023). Dal 1950 al 1980 il numero di persone che vivevano nelle favelas nella sola città di Rio de Janeiro è passato da circa 170.000 a più di 600.000, e all'inizio del XXI secolo si stimava che vi fossero addirittura 1.000 favelas. Secondo il censimento del 2010<sup>5</sup>, il 6% della popolazione totale del Brasile vive nelle favelas. Questo aumento esponenziale è dovuto anche all'abolizione della schiavitù nel 1888 che ha avuto ripercussioni sulla nascita e sull'espansione delle favelas in tutte le città brasiliane. Infatti, all'inizio erano popolate per lo più da ex schiavi che arrivavano dalle zone rurali in cerca di lavoro nelle metropoli in rapida crescita. Le favelas sono, inoltre, diventate abitativamente vantaggiose per loro in quanto gli permettevano di essere vicini al lavoro, e nello stesso tempo di tenersi lontani da luoghi

---

<sup>4</sup> <https://www.dentroriodejaneiro.it/blog-rio-de-janeiro/favelas-carioca/morro-da-providencia-breve-storia.html>

<sup>5</sup> Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Censo demografico 2010: aglomerados subnormais, Rio de Janeiro, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, 2010

nei quali non erano voluti. In generale, rappresentano principalmente spazi privi delle infrastrutture essenziali, come accesso all'acqua potabile, elettricità, strutture sanitarie e, in molte situazioni, mancano anche di servizi di trasporto pubblico adeguati. Questi insediamenti di solito si trovano in aree ad alto rischio geologico, come vicino ai fiumi e ai torrenti, o in zone caratterizzate da forti dislivelli, come le pendici delle colline; per questi motivi il mercato immobiliare spesso non mostra interesse o la costruzione è persino vietata. Un'altra caratteristica significativa delle favelas è l'alta densità abitativa, che deriva dalla presenza di numerose piccole unità residenziali su lotti di terreno limitati e dalla concentrazione di un gran numero di persone in ciascuna di queste unità. Oggi, le favelas sono diventate una parte integrante del paesaggio di molte città brasiliane; la maggior parte delle *favelas* adesso si trova nelle zone periferiche di grandi città. L'esempio più eclatante è la favela di *Rocinha*<sup>6</sup> con i suoi 70.000 abitanti, situato nella periferia di Rio de Janeiro.



**Figura 2:** “Una vista di Rocinha” (adattata da <https://it.wikipedia.org/wiki/Rocinha>)

---

<sup>6</sup> <https://it.wikipedia.org/wiki/Rocinha>

Proprio nella capitale dell'omonimo stato, si contano il maggior numero di *favelas*. Secondo dati aggiornati forniti dall'Istituto della prefettura municipale di Rio de Janeiro, noto come Istituto Pereira Passos (IPP), attraverso l'utilizzo del Sistema de Assentamentos de Baixa Renda (SABREN), un'applicazione che raccoglie, elabora e mette a disposizione dati qualitativi e quantitativi relativi alle favelas di Rio de Janeiro, nel 2016 la città contava ben 1.019 favelas e *aglomerados subnormais*<sup>7</sup>.

Spesso le posizioni stesse delle favelas, come ad esempio *Rocinha*, si possono definire punti strategici, in quanto vicini ai quartieri e alle fabbriche della classe media, il che, per i residenti delle favelas, significava un facile accesso a opportunità di lavoro nei settori industriale o dei servizi. Nel corso del tempo, alcune di queste comunità sono state urbanizzate, cioè hanno ricevuto miglioramenti infrastrutturali da parte delle autorità locali, come forniture di energia, acqua potabile, pavimentazione stradale e sistemi fognari. Diverse città brasiliane hanno implementato progetti di riqualificazione delle favelas al fine di migliorare le condizioni di vita all'interno di queste comunità. Oggi, abbiamo superato il modello di intervento che mirava principalmente alla demolizione e ricostruzione degli slum, considerandoli come un problema da eliminare. Le strategie emergenti invece cercano di valorizzare gli aspetti positivi di queste comunità e di sfruttarne le potenzialità. L'obiettivo è cogliere l'opportunità di una riqualificazione e di una maggiore inclusione degli slum nella struttura urbana formale (UN-Habitat, 2003).

Un esempio notevole è il progetto di riqualificazione della favela *Rocinha* a Rio de Janeiro<sup>8</sup>. Questo progetto ha affrontato questioni come il sovraffollamento, la

---

<sup>7</sup> <https://www.dentroriodejaneiro.it/rio-de-janeiro-la-citta/favelas-di-rio-de-janeiro.html>

<sup>8</sup> Irina Vinnitskaya. "Regeneration of the Favela de Rocinha Slum / Jan Kudlicka" 01 Jul 2011. ArchDaily. Accessed 14 Sep 2023. <<https://www.archdaily.com/146314/regeneration-of-the-favela-de-rocinha-slum-jan-kudlicka>> ISSN 0719-8884

mancanza di ventilazione adeguata, la scarsa illuminazione naturale e il problema del trattamento delle acque reflue. La proposta ha incluso la creazione di spazi pubblici, come parchi e piazze, oltre alla costruzione di edifici residenziali più sicuri e salubri.

Anche la favela di *Heliópolis* a San Paolo ha beneficiato di un progetto di riqualificazione. Questo progetto ha mirato al recupero di un'area precedentemente abbandonata nella periferia della città, situata ai confini con la favela di Heliópolis, allo scopo di creare spazi pubblici e residenziali più sicuri e salubri. Inoltre, uno studio pubblicato da Bologna (2016) ha analizzato il processo di riqualificazione della favela *Serrinha* a Florianopolis, concentrandosi sulla creazione di spazi pubblici e sulla riqualificazione degli edifici residenziali.



**Figura 3:** Riqualificazione della città informale. La favela *Serrinha* a Florianopolis (Bologna, 2016)

Questi sforzi dimostrano un impegno per migliorare le condizioni di vita nelle favelas e offrire alle comunità più opportunità e migliori standard di abitabilità. Tuttavia, questa

trasformazione non ha necessariamente risolto i problemi di povertà che affliggono la popolazione, né ha affrontato completamente le questioni legate alla violenza e al traffico di droga.

### **1.3 Una favela è ciò che *não* è e ciò che *não* tem**

Negli ultimi decenni si è progressivamente consolidata la percezione pubblica delle favelas come spazi controllati da reti criminali, prive di controllo da parte dello Stato o come territori senza legge. In effetti, questo immaginario delle favelas come territori pressoché anarchici può essere rintracciato fin dall'inizio della loro storia. Solo tre anni dopo la creazione dell'insediamento di *Morro da Favela*, le autorità di polizia lo avevano già bollato come "luogo di disertori, ladri e soldati" e avevano indicato due importanti problemi con l'insediamento: igiene e sicurezza. Inoltre, hanno parlato specificamente della sua esistenza come di un problema di moralità pubblica (Zaluar e Alvito, 2006). È evidente che per lungo tempo l'immagine delle favelas brasiliane è stata influenzata dall'idea di essere spazi "patologici" che richiedevano una sorta di "pulizia urbana". In passato, le autorità hanno addirittura considerato l'opzione di circondare le colline che venivano percepite come molto problematiche dal punto di vista sociale. Il governo ha cercato, senza successo, di rimuovere il *Morro da Favela* pochi anni dopo la sua formazione. Nel corso dei decenni successivi, ci sono stati vari tentativi di eradicare queste comunità, sia quelle di nuova formazione che quelle preesistenti, ufficialmente giustificati da preoccupazioni riguardanti l'igiene, la sicurezza e la morale. Esempi eclatanti sono quindi le molteplici politiche di demolizione che hanno raggiunto il loro apice negli anni '60 (Meirelles e Athayde, 2014). Durante questi anni, emersero anche

tensioni che avrebbero trasformato Rio de Janeiro in una *cidade perdida*, come descritto da Ventura nel suo libro del 1994, evidenziando con questo termine una divisione all'interno della città. L'autore ha condotto uno studio sociologico che ha evidenziato come le favelas e le aree urbanizzate delle classi medie e alte siano in conflitto, considerando le prime come un mondo a parte rispetto alle seconde, una sorta di "altra città". Nel suo lavoro, sottolinea il notevole divario tra le popolazioni che vivono in queste diverse zone, non solo dal punto di vista economico, ma anche nelle dinamiche delle relazioni sociali. Il concetto di "città spezzata" è diventato una sorta di termine generico per rappresentare una serie di problemi legati all'esclusione sociale (Rodrigues e Orlandi 2010), alla violenza urbana (Koonings e Kruijt 2013), alla geografia urbana (Deffner 2011) e alla democrazia urbana (Carvalho 1995). Ventura (1994) ha sostenuto che la città stava diventando sempre più divisa in due realtà separate, segregando classi sociali, quartieri e gruppi culturali in un'interazione sempre più limitata. Questa separazione tra le aree collinari e i quartieri più sviluppati si è accentuata, anche nelle situazioni di prossimità geografica, come nel caso della Zona Sud di Rio de Janeiro (IPP 2014). In tempi più recenti, poche settimane prima delle Olimpiadi del 2016, il Comune di Rio ha installato pannelli acustici che separano il complesso di favelas di Maré dalla Linea Rossa, una superstrada che collega l'Aeroporto Internazionale Antônio Carlos Jobim alla Zona Sud<sup>9</sup>. Questa serie di azioni è stata definita come una sorta di "*guerra alle favelas*", con governi successivi che hanno continuato a cercare di rimuovere e sradicare queste comunità cittadine (Saborio, 2018). L'intero sistema economico e sociale brasiliano si è basato su una divisione tra chi aveva accesso ai diritti e chi ne era privo, con le favelas che svolgevano un ruolo cruciale nel fornire manodopera a basso costo e nel mantenere

---

<sup>9</sup> <https://www.ilpost.it/2016/07/19/favela-mare-olimpiadi-rio/>



questa divisione. Questa situazione è stata ulteriormente peggiorata dalla mancanza di supporto sociale e dalla crescente enfasi sul libero mercato e la competizione. Il concetto di "città spezzata" è stato oggetto di numerose critiche. Una delle prospettive critiche sostiene che, in realtà, la città è integrata e un'evidenza principale di ciò è che l'intera struttura urbana potrebbe crollare senza il contributo della forza lavoro dei residenti delle favelas (Alves e Evanson, 2011). In altre parole, si mette in evidenza il ruolo cruciale svolto dalle favelas e dai loro abitanti nel sostenere e mantenere il funzionamento complessivo della città, indicando che queste comunità sono parte integrante dell'ecosistema urbano. È indiscutibile l'esistenza di una rete intrinseca di interazioni tra le favelas e il resto della città. Gli abitanti delle favelas partecipano a diverse attività al di fuori di queste comunità, lavorano in altre aree della città e, naturalmente, condividono spazi e interagiscono con il resto degli abitanti urbani. Questa interconnessione dimostra come le favelas siano parte integrante della vita e della dinamica della città, e che le barriere percepite spesso non riflettono la complessità delle relazioni tra questi diversi spazi urbani.

La storia delle *favelas*, dalla loro nascita all'attualità è quindi molto difficile da definire, in quanto etichettare una *favela* semplicemente come uno slum o una baraccopoli in Brasile potrebbe essere troppo generico e non cogliere appieno la complessità del fenomeno. La parola "*favela*" è specifica per il contesto brasiliano e rappresenta comunità urbane caratterizzate da una serie di sfaccettature sociali, economiche e culturali uniche. Oltre a essere spazi abitativi precari, le favelas hanno una propria cultura e una storia intrinseca alla società brasiliana. Cercando tra le definizioni ufficiali, volte a definire cosa

è effettivamente una *favela*, troviamo quella dell'*Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística*<sup>10</sup>, il quale definisce le *favelas* come:

*«Gruppo costituito da almeno 51 unità abitative (baracche, case...) che occupano, od hanno occupato fino a poco tempo fa, terreno di proprietà altrui (pubblico o privato) generalmente disposte in maniera disordinata e densa, e, nella maggioranza dei casi, carenti dei servizi pubblici essenziali»*

Secondo la definizione di Waugh et al (2000): *“una favela è un'area residenziale in cui vivono almeno 60 famiglie che abitano in alloggi privi di servizi di base. Gli abitanti delle favelas, noti come "favelados", sono occupanti abusivi e non hanno alcun diritto legale sulla terra su cui vivono. Inoltre, le abitazioni all'interno delle favelas sono spesso costruite utilizzando materiali come legno, lamiera ondulata e persino cartone, il che riflette le condizioni di vita precarie che spesso caratterizzano queste comunità”*.

È chiaro quindi come nell'immaginario collettivo e nelle definizioni stesse, la favela assume automaticamente un connotato negativo, venendo definita per ciò che *não é* (non è) e per ciò che *não tem* (non ha)<sup>11</sup>. C'è quindi una forte sottolineatura verso la sua natura non convenzionale e la sua mancanza di conformità rispetto ai modelli urbani tradizionali. Se il significato di favela in termini descrittivi e classificatori è ambiguo e genera notevoli

---

<sup>10</sup> Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Censo demografico 2010: aglomerados subnormais, Rio de Janeiro, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, 2010.

<sup>11</sup> Observatório de Favela de Rio de Janeiro, O que é a favela, afinal?, Rio de Janeiro, 2009, p.21.

contraddizioni quando applicato ai territori reali, coloro che ci abitano sembrano invece molto consapevoli del significato evocativo e simbolico del termine. Ne riconoscono l'accezione dispregiativa, stigmatizzante, legata appunto a immagini di povertà, violenza ed emarginazione (Stefani, 2021). Spesso, le favelas vengono associate a povertà, criminalità, violenza e mancanza di risorse. Questa percezione è alimentata da vari fattori, tra cui la rappresentazione nei media, le politiche governative, la discriminazione sociale e l'isolamento economico. Le favelas, infatti, sono spesso dipinte dai media come luoghi caratterizzati da violenza e caos, contribuendo così a rafforzare pregiudizi negativi. Le storie raccontate dai media (i quali, come vedremo nel capitolo successivo, hanno un ruolo cruciale nel generare credenze e opinioni) tendono a concentrarsi su crimini e atti violenti, trascurando spesso narrazioni che potrebbero sottolineare la resilienza, la forza e l'innovazione presenti in queste comunità.

## **CAPITOLO 2 - I MASS MEDIA TRA INFLUENZA E CREAZIONE DI STEREOTIPI**

I mass media sono un complesso insieme di canali di comunicazione di massa in grado di raggiungere un vasto pubblico con informazioni, notizie e contenuti. In passato, questi canali includevano la televisione, la radio, la stampa, il cinema e, più recentemente, Internet e i social media. Il loro impatto sulla società è profondo e variegato, e influisce su molti aspetti della vita moderna. Denis McQuail (2010) ha definito i mass media come "canali di comunicazione che raggiungono un vasto pubblico, in genere composto da persone che non si conoscono tra loro e non sono in contatto diretto tra loro". Un aspetto fondamentale dei mass media è la loro straordinaria capacità di comunicare con individui provenienti da diverse comunità e culture, superando le barriere sociali e geografiche. Nella società moderna, i media sono essenziali per molteplici scopi. Genro Filho (1987) presenta i media come una funzione sociale, un modo per soddisfare le necessità generate dalla società, ottenere informazioni e rimanere aggiornati sugli eventi del tempo, nonché per conoscere la vita quotidiana e le esperienze dei vari gruppi sociali e per promuovere le idee e le ideologie di un gruppo. La loro funzione principale quindi è "informare, persuadere e intrattenere", come affermato da Harold D. Lasswell (1948) e riportato da McQuail (2010). Ciò significa che i media sono la principale fonte di informazioni per il pubblico, contribuiscono alla formazione delle opinioni e convincono, o viceversa, le persone su questioni importanti. Al contempo, stimolano la cultura popolare e offrono

intrattenimento al pubblico. Riassumendo, quindi, i media svolgono molte funzioni importanti nella società, come:

- **Informazione:** Come afferma Mc Quail (2010), i media “forniscono informazioni, notizie, reportage e contenuti informativi in generale che consentono al pubblico di rimanere informato sugli eventi locali, nazionali e internazionali”
- **Spettacolo:** "I media in tutti suoi generi offrono programmi televisivi, film, musica, spettacoli e altri tipi di intrattenimento che serve a svagare e fornire un'esperienza piacevole al pubblico" (Dominick, 2012)
- **Istruzione:** "Esempi come i documentari e i programmi educativi diffusi dai media possono essere utili nell'insegnare nuove informazioni e promuovere l'apprendimento" (McQuail, 2010).
- **Influenza sul pubblico:** "I mass media possono influenzare l'opinione pubblica attraverso la presentazione selettiva di notizie, argomenti e punti di vista" (Baran & Davis, 2015). Contribuiscono, quindi, a formare l'opinione pubblica su questioni sociali, culturali e politiche.

L'avvento di Internet e dei social media ha modificato ulteriormente il panorama dei media. Henry Jenkins (2006) afferma che i nuovi media, come i blog, i podcast e i social media, hanno spinto il pubblico a partecipare attivamente alla creazione e alla condivisione di contenuti. Permettendo alle persone di contribuire direttamente alla produzione di contenuti e di condividere le proprie opinioni e idee, si è giunti alla democratizzazione dell'informazione (almeno in parte), sfidando in parte il tradizionale modello top-down dei mass media.

## 2.1 Cosa sono i “nuovi media”?

Nel corso degli anni, la comunicazione e di conseguenza la trasmissione di informazione tra individui ha subito notevoli cambiamenti. La comunicazione ha subito vari cambiamenti, adattandosi alle variazioni dello stile di vita dell'uomo, al subentro delle nuove tecnologie, e all'evoluzione dell'uomo stesso, la quale ha fatto sì che anche la comunicazione stessa si evolvesse diventando sempre più complessa, ampia ed efficace. Il mondo moderno ha visto l'intrusione pervasiva dei mezzi di comunicazione di massa nelle case delle persone, chiamati anche nuovi media<sup>12</sup>. È definita "nuovi media" una vasta gamma di tecnologie digitali che consentono la creazione, la distribuzione e la fruizione di contenuti multimediali. Nel gergo comune, i nuovi media, anche noti come media digitali, sono i mezzi di comunicazione di massa sviluppati in concomitanza con la nascita dell'informatica<sup>13</sup>. Possono essere definiti quindi come mezzi di comunicazione che utilizzano il linguaggio digitale per codificare le informazioni, distinguendosi così dai vecchi media analogici (Flew, 2008). Il termine "media" deriva da "medium", che si riferisce a qualsiasi strumento creato dall'uomo che consente alle persone di superare le limitazioni della comunicazione faccia a faccia, che è la forma più naturale di interazione (Riva, 2012). Secondo la teorizzazione di Livingstone e Lievrouw (2002), per comprendere i nuovi media, è necessario considerare tre variabili interdipendenti: (1) l'informazione, (2) la tecnologia e (3) le circostanze sociali in cui si svolgono, emergono

---

<sup>12</sup> Espressione entrata a far parte del lessico degli studi sulla comunicazione verso la fine del 20° sec., che indica i mezzi di comunicazione informatizzati (Treccani, 2013)

<sup>13</sup> [https://it.wikipedia.org/wiki/Nuovi\\_media](https://it.wikipedia.org/wiki/Nuovi_media)

e si appropriano. Di conseguenza, i nuovi media possono essere definiti come tecnologie dell'informazione e della comunicazione e i loro contesti sociali associati, che includono:

- Oggetti o dispositivi tecnologici che migliorano e ampliano la capacità di comunicazione delle persone.
- I vari modi in cui le persone comunicano e utilizzano questi stessi dispositivi.
- I contesti sociali, le istituzioni, le comunità e le organizzazioni che derivano da questi dispositivi e queste pratiche sociali.

Tre caratteristiche definiscono i nuovi media, invece, secondo Henry Jenkins in "Cultura convergente (2006)": convergenza, interattività e coinvolgimento del pubblico. La "convergenza" è la combinazione di nuovi e vecchi media in un unico dispositivo, come uno smartphone. Con il termine "interattività" si intende la capacità dei nuovi media di essere interattivi, ovvero coinvolgere attivamente il pubblico nella creazione e nella diffusione di contenuti. "Coinvolgimento del pubblico" inteso come capacità dei nuovi media di consentire al pubblico di partecipare attivamente alla creazione e alla diffusione di contenuti, come attraverso i social media e blog. Questo fenomeno è iniziato con l'avvento della stampa giornalistica, ma ha raggiunto il suo apice con la radio, la televisione ed infine con Internet. La parola "Internet" deriva dall'espressione inglese *interconnected network* che, tradotto, significa interconnessi. Internet e tutte le sue componenti, sono diventate il principale mezzo di comunicazione di massa. Il concetto di "nuovi media" ha fatto la sua comparsa nella seconda metà del XX secolo, grazie alle opere del sociologo McLuhan<sup>14</sup>. Questa definizione era originariamente associata a

---

<sup>14</sup> McLuhan, M. (1964). Media hot and cold. Understanding media: the extensions of man, 22-32.

aspetti tecnici, legati a concetti come "raccolta elettronica di informazioni" e "portata globale". Queste idee rappresentavano delle promettenti novità all'epoca, anche se oggi sono diventate parte integrante della nostra realtà quotidiana. Ora, a distanza di oltre tre decenni dalla comparsa di questi che ora possiamo definire "media digitali", non possiamo più considerarli come qualcosa di indefinito o poco conosciuto. Quello che un tempo era considerato "nuovo" - il digitale - ha perso gran parte del suo carattere innovativo. I cosiddetti "nuovi media", introdotti negli anni '80 e '90 del XX secolo, sono diventati familiari e abbiamo una conoscenza consolidata del loro funzionamento (Peters, 2009). Nonostante il passare del tempo e la perdita dell'etichetta di "novità", il termine "nuovi media" continua ad essere utilizzato oggi senza destare particolare sorpresa. Questo perché, nonostante abbiano smesso di essere così sorprendenti come all'inizio, i media digitali hanno permeato profondamente la nostra vita quotidiana e continuano a evolversi in modi che mantengono l'attenzione e l'interesse della società. Lister (2009) dà una spiegazione abbastanza dettagliata sul perché la società continua a definire i "nuovi media" come tali:

- Innanzitutto, è fondamentale ricordare che l'idea di "nuovi media" è ampiamente considerata un fenomeno che si estende per tutta la storia. Questo termine viene utilizzato per spiegare e comprendere le cause e gli effetti di un significativo cambiamento storico globale. Un cambiamento che coinvolge l'intera società e ha un impatto su scala globale è intrinsecamente correlato al concetto di "nuovi media".
- In secondo luogo, l'idea di "nuovi media" è intrinsecamente ideologica e spesso ha un significato positivo e utopico. Il termine "nuovo" è sempre associato al concetto di innovazione e miglioramento. Questa connotazione positiva riflette la



convinzione che i "nuovi media" possano produrre cambiamenti positivi nella comunicazione, nella società e nella cultura.

- Infine, il termine "nuovi media" è molto vantaggioso perché funge da “ombrello inclusivo”. È importante evitare di ridurre il concetto di "media" a definizioni tecniche o più specializzate, in modo da poter comprendere l'ampio spettro di cambiamenti che si verificano nella comunicazione e nella tecnologia. In questo senso, il termine "nuovi media" è stato creato per catturare la sensazione che il mondo dei media e della comunicazione stava subendo una trasformazione significativa a partire dagli anni '80, che coinvolgeva diverse aree della comunicazione e della cultura piuttosto che un settore o un elemento specifico.

L'idea di "nuovi media" in generale è basata sulla convinzione che, a partire dagli anni '80, il mondo dei media e della comunicazione abbia subito un cambiamento significativo, coinvolgendo diverse aree della comunicazione e della cultura invece che un settore o un elemento specifico. Questo concetto è stato condiviso e utilizzato per comprendere meglio l'evoluzione continua dei mezzi di comunicazione e come influenzano la società moderna.

## **2.2 Media onnipotenti, limitati e con effetto: l'evoluzione delle teorie dell'influenza dei media**

I mezzi di comunicazione di massa, dal giornale al blog, svolgono, quindi, un ruolo cruciale nell'aiutare le persone a comprendere la realtà da diverse prospettive, come quella sociale, politica ed economica. Oggi, sono diventati la principale fonte di informazioni per il pubblico. Analizzando il modo in cui i media utilizzano il linguaggio e il contenuto trasmesso, possiamo cercare di comprendere meglio come funzionano le comunicazioni su larga scala e come influenzano il pubblico. Questo perché i media sono concepiti come canali attraverso i quali i messaggi vengono trasmessi alle menti delle persone in modo più o meno diretto. Alla base di questo pensiero ci sono varie teorie, che possono essere suddivise in base a linea di pensiero e periodo storico, che cercano di spiegare il grado di influenza, o meno, che hanno i media nei confronti della popolazione. Le teorie delle comunicazioni di massa hanno origine negli anni '20 e '30 del XX secolo. In questo periodo, il cinema e la radio, insieme alla stampa, hanno acquisito un ruolo significativo come mezzi di comunicazione di massa, in quanto sono diventati sia più comuni che accessibili a molte persone. In questo contesto, sono nate le prime teorie per capire come i nuovi media abbiano influenzato le opinioni, le percezioni e il comportamento delle persone in un modo molto più ampio rispetto ai mezzi di comunicazione precedenti.

### ***2.2.1 Teorie dei media onnipotenti***

Questa corrente di pensiero è attribuibile al ventennio 20-30. Teniamo presente che, alla fine del XIX secolo e all'inizio del XX, l'immagine della società stava cambiando. La transizione dalla società tradizionale alla società di massa stava avvenendo (Le Bon, 1983). La transizione dalla società preindustriale alla società industrializzata ha portato allo sviluppo della teoria della società di massa. Secondo questo punto di vista, le caratteristiche della popolazione facente parte della società di massa sono:

- Senza unicità: Le persone sono considerate uguali e indistinte.
  
- Separati e atomizzati: Si pensava che fossero sole e senza forti legami sociali.
  
- Ignoranti e senza formazione: Le persone erano spesso considerate sconosciute e poco istruite.
  
- Con assenza leadership e organizzazione: Si pensava che mancassero di leader e strutture organizzative importanti.
  
- Molto influenzabili: Ci si aspettava che fossero inclini all'influenza e alla suggestione.
  
- Eccessiva uniformità di pensiero: Si pensava che mostrassero comportamenti di massa omogenei.

Inoltre, questo periodo storico fu caratterizzato da significativi cambiamenti sociali e politici e dalla rapida diffusione di nuovi media come la radio e il cinema. Si sono verificati avvenimenti come l'emergere di regimi totalitari in Europa, l'uso di metodi di propaganda di massa negli Stati Uniti d'America e la Grande Depressione.

I ricercatori e i teorici della comunicazione di massa hanno iniziato a studiare in questo contesto l'idea che i media possano influenzare in modo diretto e potente le persone senza filtri o resistenze, influenzando le loro opinioni, atteggiamenti e comportamenti. L'idea che i media fossero una potente forza di manipolazione delle masse era in linea con l'atmosfera di paura e sospetto che circondava il periodo (Sproule, 1994). Mettendo tutto insieme risulta facile come dalla maggior parte degli studiosi i membri della società di massa erano considerati il pubblico ideale per i messaggi dei media poiché i mezzi di comunicazione di massa sembravano essere in grado di influenzare e ottenere comportamenti specifici dalla massa. Diversi approcci dai nomi suggestivi sono usati per definire le teorie dei media onnipotenti: “teoria del singolo sparo, del proiettile magico, dell'ago ipodermico”<sup>15</sup>, ecc. Si tratta, in sintesi, di ipotesi che sostengono l'idea che i messaggi mediatici abbiano una forza invincibile che può influenzare direttamente il comportamento dei destinatari. Le loro convinzioni quindi si basano sull'idea che i media abbiano lo stesso impatto su tutti, evidenziando un pubblico che sembra essere passivo e indifferenziato. Quindi, secondo la *teoria ipodermica*, c'è una relazione diretta tra stimolo (esposizione al messaggio) e risposta (comportamento). Nella pratica, l'obiettivo era dimostrare che se qualcuno è esposto ad un messaggio persuasivo, questo soggetto poteva essere facilmente e completamente manipolato da chi ha il controllo sul messaggio (Lasswell, 1927). È necessario sottolineare come questa teoria non si basava su effettive ricerche empiriche (o quanto meno empiriche per come le intendiamo oggi). La mera osservazione della diffusione e della popolarità dei media, come la stampa, il cinema e la radio, ha fornito la base per queste opinioni. Durante la Prima Guerra Mondiale, coloro

---

<sup>15</sup> Per capire meglio la metafora, gli aghi ipodermici sono dispositivi sterili, utilizzati per iniezione di sostanze farmacologiche a livello ipodermico o per drenaggio di fluidi dal corpo

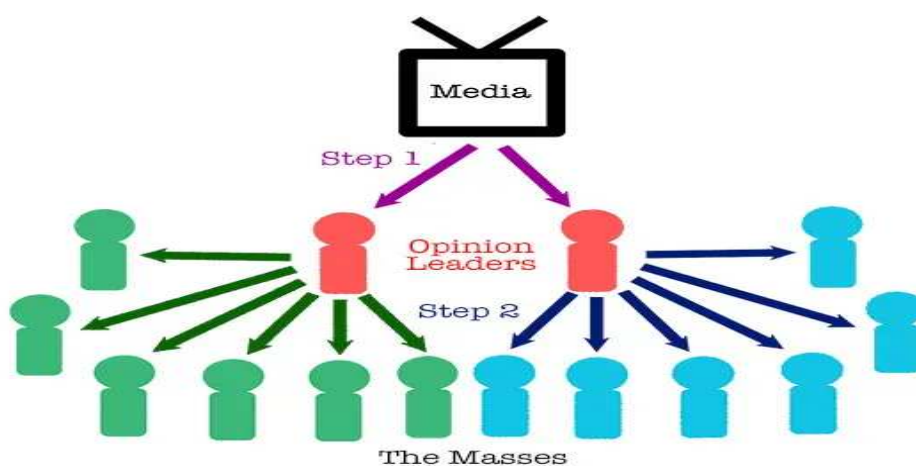
che si occupavano della pubblicità e i propagandisti di diversi governi condividevano queste credenze. I regimi fascisti, nazisti e comunisti (come in Russia) hanno utilizzato i media come strumenti propagandistici e di indottrinamento di massa in Europa durante le due guerre mondiali, rafforzando la convinzione comune che i media avessero un potere enorme.

### ***2.2.2 Teorie dei media con effetto limitato***

Gli studiosi della comunicazione, in seguito, hanno iniziato a concentrarsi sul pubblico ricevente del messaggio dopo i risultati negativi degli esperimenti sulla teoria ipodermica. In altre parole, non credevano più che il destinatario ricevesse automaticamente il messaggio e che quest'ultimo avrebbe avuto effetti diretti. In contrasto quindi con la teoria dell'ago ipodermico, che sosteneva che i media avevano un impatto diretto e potente sulle masse, queste teorie sostengono che i media hanno un impatto limitato sul comportamento e sulle opinioni delle persone.

- *"The People's Choice"* (Lazarsfeld, Berelson, Gaudet, 1944): Questo studio ha esaminato come i media abbiano influenzato le decisioni di voto durante le elezioni presidenziali del 1940 negli Stati Uniti. La scoperta principale è stata che i media avevano un impatto limitato sulle scelte elettorali delle persone. Al contrario, le interazioni personali e altri fattori sociali avevano un'influenza maggiore.

- *"Personal Influence"* (Katz e Lazarsfeld, 1955): Questo libro ha introdotto il concetto del "flusso a due step"<sup>16</sup> della comunicazione. In altre parole, ha sottolineato che l'effetto dei media sulle opinioni delle persone avviene attraverso intermediari noti come leader di opinione. Questi leader di opinione interpretano e condividono i messaggi dei media con gli altri membri della comunità, rendendo il processo di influenza mediato e indiretto. Gli *opinion leaders* possiedono tutte le caratteristiche quali ad esempio la socialità, spiccate abilità comunicative, sono di spicco nella comunità di cui fanno parte, carisma, possiedono un interesse pronunciato nei confronti di uno specifico tema. Queste caratteristiche indicano che un opinion leader non necessariamente deve essere una figura importante nella società o una persona ricca, come un sindaco. Invece, potrebbe semplicemente essere una persona che ha un forte interesse in un particolare argomento e vuole condividere le sue opinioni e le sue conoscenze con gli altri.



**Figura 4:** *Opinion leaders come mediatori e divulgatori. Immagine presa dal sito: <https://blog.leevia.com/social-media-marketing/perche-linfluencer-marketing-non-funziona/>*

<sup>16</sup> <https://www.lacomunicazione.it/voce/twostep-flow-of-communication/>

- *"The Effects of Mass Communication" (Klapper, 1960): "Se consideriamo che le persone tendono a selezionare e consumare principalmente contenuti mediatici che sono in linea con le loro opinioni e interessi personali, e che spesso evitano o dimenticano contenuti che differiscono da ciò in cui credono, è plausibile concludere che la comunicazione di massa avrà difficoltà a influenzare radicalmente il nostro punto di vista. Invece di provocare un cambiamento significativo nelle nostre opinioni, è più probabile che i media rafforzino le convinzioni preesistenti, poiché siamo inclini a interpretare e distorcere i contenuti mediatici in modo che siano coerenti con ciò che già crediamo".*

Partendo da questo concetto formulato da Klapper, riusciamo bene a comprendere il punto di vista fondante sul quale ha sviluppato la "teoria del rinforzo"<sup>17</sup>, sostenendo che i media tendono a rafforzare le opinioni esistenti anziché cambiarle radicalmente. In altre parole, i media contribuiscono a consolidare le credenze preesistenti delle persone invece di essere agenti di cambiamento significativo.

Sintetizzando, queste teorie degli effetti limitati sottolineano quanto siano importanti i fattori sociali e psicologici nel controllare l'influenza che i media esercitano, soffermandosi sul ruolo delle reti sociali, delle interazioni personali, delle opinioni e delle opinioni preesistenti e della selettività nel mostrare e percepire i messaggi mediatici.

---

<sup>17</sup> La teoria a cui mi riferisco non deve essere confusa con la teoria del rinforzo di Skinner, che è principalmente basata sull'analisi del comportamento. Per maggiori informazioni su questa teoria si rimanda a: <https://milano-sfu.it/burhus-skinner-il-padre-del-condizionamento-operante-introduzione-alla-psicologia/>

### ***2.2.3 Un cambio di prospettiva: ritorno al concetto di media potente?***

Sul finire degli anni 60' emergono nuove teorie che sostengono una prospettiva diversa. I media non ricercano più gli effetti volontari; invece, si concentrano sugli effetti involontari che producono. Inoltre, l'impatto dei media cambia nel tempo: ci sono effetti a lungo termine oltre a quelli a breve termine. Questo cambio di approccio è dovuto anche alla "rivoluzione cognitivista"<sup>18</sup> che muta il panorama della psicologia sperimentale, il quale fino agli anni '50 era stato completamente caratterizzato dalle teorie comportamentiste. La rimessa a fuoco della questione con l'approccio cognitivista in pratica contribuisce a spostare l'attenzione dagli effetti diretti agli effetti indiretti dei media, che possono essere misurati più sul lungo periodo. Effetti che possono verificarsi sul cambiamento dell'atteggiamento, ma che possono anche coinvolgere la dimensione affettiva e valutativa. Subito dopo la sua formulazione, infatti, i ricercatori hanno contestato l'ipotesi degli "effetti limitati" perché pensavano che il dibattito non fosse ancora finito e volevano continuare a sostenere l'idea che i media avessero effetti sociali. L'arrivo e la diffusione popolare della televisione negli anni Cinquanta e Sessanta contribuirono a questo rifiuto dell'idea degli "effetti limitati". Il nuovo medium era considerato più attraente e influente dei suoi predecessori. Nella terza fase, che è ancora in corso, il nuovo medium è stato considerato come avente un potere di attrazione e influenza più significativo rispetto ai mezzi di comunicazione precedenti. In questa fase, c'è stata una rivalutazione dell'efficacia e dell'importanza dell'influenza dei media.

---

<sup>18</sup> <https://www.inpsiche.it/storia-della-psicologia/il-cognitivismo/>



## 2.3 Media con effetti a lungo termine

È stato già discusso di come fosse in precedenza l'approccio allo studio di come i media influenzino la popolazione. Prima l'attenzione era, quindi, quasi esclusivamente sugli effetti a breve termine. I primi studi si sono concentrati sull'impatto dei media su eventi comunicativi di breve durata, come film, campagne pubblicitarie o elezioni presidenziali. Invece, l'attenzione di oggi si è spostata verso gli effetti a lungo termine, che si accumulano nel tempo a causa dell'esposizione quotidiana e ripetuta ai messaggi dei media. Questi effetti non si verificano in momenti specifici. L'idea di fondo oggi è profondamente cambiata e alcuni dei suoi presupposti sono stati abbandonati o modificati. In altre parole, si è passati dall'idea che gli effetti siano cambiamenti a breve termine a quelli che sono conseguenze a lungo termine. Le seguenti sono le principali distinzioni tra il nuovo e il vecchio paradigma di ricerca sugli effetti:

- Abbandono dello studio di casi individuali per concentrarsi sulla copertura globale di tutto il sistema dei media di massa e concentrarsi su particolari argomenti;
- Adozione di metodologie complesse e integrate invece di utilizzare principalmente interviste pubbliche;
- Rinuncia all'osservazione e alla valutazione dei cambiamenti di atteggiamento e opinione per passare alla ricostruzione del processo attraverso il quale l'individuo modifica la sua stessa rappresentazione della realtà sociale. (Noelle Neumann, 1983)

La consapevolezza è aumentata sul fatto che "le comunicazioni non influenzano direttamente il comportamento esplicito; piuttosto influenzano il modo in cui il

destinatario organizza la sua percezione dell'ambiente circostante” (Roberts, 1972). Pertanto, per analizzare la formazione del potere, delle idee, dei pregiudizi, è fondamentale comprendere come le persone interpretano i media e come le notizie vengono create e scelte.

### ***2.3.1 Agenda setting***

Un concetto fondamentale nel campo della comunicazione di massa è l'Agenda Setting, che è stato principalmente sviluppato da Maxwell McCombs e Donald Shaw negli anni '70. Secondo questa teoria, anche se i media non possono sempre dire alle persone cosa pensano, possono comunque avere un impatto significativo sul modo in cui le persone pensano. Uno studio dei due autori<sup>19</sup> sull'elezione presidenziale degli Stati Uniti del 1968 è ciò che ha portato alla definitiva teoria dell'*agenda setting*. I ricercatori hanno scoperto una forte correlazione tra gli argomenti che i media pensavano fossero importanti e quelli che i votanti pensavano fossero importanti. In altre parole, l'Agenda Setting sostiene che i media possono decidere quali argomenti la società arriva a ritenere importanti scegliendo quali notizie riportare e con quale enfasi. Da qui la famosa frase di Cohen (1963): "*La stampa e gli altri media possono non riuscire, per la maggior parte del tempo, a dire alla gente che cosa pensare e quali idee avere, ma sono straordinariamente in grado di dire al pubblico intorno a quali temi pensare qualcosa.*" McCombs e Shaw dichiarano apertamente come il loro studio e le conseguenti teorie si

---

<sup>19</sup> McCombs, M.E., and Shaw, D.L., *The Agenda-Setting Function of Mass Media*, Oxford University Press (1972)

ispirino alle idee di Lippmann scritte nel suo libro *Public Opinion*<sup>20</sup>. Lippmann è stato citato più e più volte perché ha sottolineato quanto i media siano importanti nel definire il nostro mondo, indicandoci le questioni più significative che ci circondano. È convinto che i media forniscano informazioni su personaggi, situazioni e questioni; per conoscere i punti di attenzione misurati dai sondaggi di opinione e sperimentare l'appartenenza o l'opposizione. Lippmann fece una distinzione significativa tra il mondo che esiste "realmente" e le nostre percezioni personali, presente nel paragrafo dal titolo "*Il mondo esterno e le immagini nella nostra testa*". Molte di queste immagini vengono instillate nelle nostre menti dai media. Il potere dei media è quindi immediatamente giustificato dal fatto che la nostra esperienza simbolica è oggi sempre più acquisita indirettamente. "Il mondo appare diverso a persone diverse, a seconda della mappa disegnata per loro dagli scrittori, dagli editori e dai direttori di giornale che lo leggono" (Traquina, 1995). In altre parole, non acquisiamo la nostra esperienza simbolica attraverso il contatto personale con la realtà o qualsiasi altra forma di conoscenza diretta della realtà, ma attraverso la mediazione data dall'utilizzo di tecnologie di comunicazione.

### ***2.3.2 Spirale del silenzio***

Nel 1974, la tedesca Elisabeth Noelle-Neumann pubblicò la sua teoria della spirale del silenzio come spiegazione e risposta a tutta una serie di ricerche a cui aveva lavorato a capo dell'Istituto Allensbach<sup>21</sup>. Anche qua, si cerca di scoprire il legame tra i media e i

---

<sup>20</sup> Lippmann, W. (1965). *Public opinion*. 1922. URL: [http://infomotions.com/etexts/gutenberg/dirs/etext04/pbp\\_nn10.htm](http://infomotions.com/etexts/gutenberg/dirs/etext04/pbp_nn10.htm).

<sup>21</sup> L'Istituto Allensbach (in originale Institut für Demoskopie Allensbach), fondato nel 1947 dalla stessa Elisabeth Noelle Neumann e dal marito Erich Peter Neumann, si dedicava allo studio dell'opinione

cambiamenti nelle opinioni delle persone (Hohlfeldt, 2001). I media, secondo la spirale del silenzio, forniscono agli individui una pseudo-realtà e costruiscono, attraverso la loro funzione di articolazione, i discorsi accettabili nella società. Gli studi hanno esaminato tutto, dalle qualità positive dei tedeschi al modo in cui le persone si comportano nella società durante le elezioni. Neumann (1995) ha scoperto che l'opinione che riceveva il sostegno più esplicito sembrava anche essere più forte. Di conseguenza, coloro che si opponevano a questa opinione apparentemente più forte erano costretti a rimanere in silenzio. L'autore ha notato che alcune persone venivano incitate ad esprimere le proprie opinioni e altre a rimanere in silenzio, in un processo a spirale in cui un punto di vista dominava la scena pubblica e un altro scompariva quando i suoi sostenitori venivano messi a tacere. Ciò è stato chiamato "spirale del silenzio". La teoria si basa sul concetto di paura dell'isolamento, intesa come la forza che fa sì che si crei la spirale del silenzio. Si presuppone che la paura dell'isolamento o del rifiuto sia una caratteristica comune in ogni individuo, intesa anche come il bisogno di appartenenza a un gruppo. Si riprende ciò che Lazarsfeld (1944) aveva già chiamato 'effetto del carro vincente' o *bandwagon effect*<sup>22</sup>. La paura dell'isolamento però, secondo l'autrice, è una forza più potente della volontà di unirsi al lato vincente. La scarsa autostima della maggior parte delle persone non concede loro illusioni sulla possibilità di salire sul carro dei vincitori; la maggior parte semplicemente desidera semplicemente unirsi alla massa. Esprimere pubblicamente un'idea impopolare o contraria alle norme sociali è incompatibile e rischioso. Di conseguenza, le persone monitorano costantemente il loro ambiente, cercando segnali che riflettano le opinioni della maggioranza (Salmon and Glynn, 2009). Oltre alla paura

---

pubblica raccogliendo dati attraverso l'uso di sondaggi e Noelle-Neumann si occupò fondamentalmente, a partire dagli anni '60, della formazione e dell'evoluzione dell'opinione pubblica.

<sup>22</sup> Per la spiegazione del termine si rimanda a <https://forme.marketing/blog/effetto-bandwagon>

dell'isolamento, abbiamo anche il rapporto delle persone con l'opinione pubblica, intesa come "L'espressione di qualcosa considerato accettabile, tenendo conto dell'elemento di consenso o accordo (Noelle-Neumann,1995)"; attraverso l'interazione sociale, i media e altre fonti, le persone seguono costantemente l'opinione pubblica. Anche se non condividono l'opinione della maggioranza delle persone, saranno più inclini a seguirla. Per riassumere, la "spirale del silenzio" mostra che le opinioni dominanti nella società tendono a diventare ancora più forti, mentre le opinioni minoritarie possono essere ignorate o nascoste a causa della paura del fenomeno dell'ostracismo<sup>23</sup> da parte della società.

### ***2.3.3 Teoria della coltivazione***

George Gerbner, un professore ungherese naturalizzato americano, ha sviluppato la teoria della coltivazione (o analisi della coltivazione) negli anni '60 per esaminare l'impatto che la televisione ha sullo spettatore. Secondo questa teoria, coloro che sono esposti ai media interpretano le realtà sociali in base al modo in cui questi media le rappresentano (Gerbner, 1969). La televisione è vista come un sistema di messaggi con modelli di immagini aggregati e ripetitivi, il cui contenuto viene assorbito dagli spettatori per un lungo periodo di tempo. L'analisi della *Cultivation Theory* si concentra sugli effetti generali e diffusi dell'esposizione televisiva nel suo complesso e duratura nel tempo.

---

<sup>23</sup> In senso fig., il comportamento con cui, nell'ambito di un gruppo sociale o politico omogeneo, le persone che esercitano il potere o dispongono di particolare influenza escludono o emarginano, spesso facendo leva su forme di coazione sociale, un loro avversario o, anche, chiunque abbia violato le regole del gruppo stesso; in partic., il termine viene usato in antropologia sociale per indicare l'esclusione da una comunità di quegli individui che si siano resi colpevoli di determinate infrazioni. (Treccani)

Questo differisce dalla tradizionale ricerca sulla comunicazione di massa dell'epoca, che si concentrava sugli effetti di messaggi singoli, episodi, serie e in generale sulle modifiche immediate di atteggiamento e comportamento (Signorielli e Morgan, 2009). Gerbner teorizzò che gli spettatori televisivi mostrassero comportamenti simili dopo un lungo periodo di esposizione ai media, in particolare alla televisione. Sostenne che alcuni spettatori hanno una maggiore probabilità di essere influenzati rispetto ad altri. *Cultivation differential*<sup>24</sup> è il termine utilizzato per descrivere le differenze nel livello di influenzabilità tra i vari gruppi, in quanto Gerbner fece diverse distinzioni tra i gruppi; una di queste distinzioni era ad esempio il numero di ore trascorso alla televisione. Il gruppo che non guardava la televisione per quattro ore o meno aveva una probabilità inferiore di essere influenzato. Il gruppo che ha guardato per quattro ore o più è stato probabilmente più influenzato da ciò che ha visto. Inoltre, è stato notato come le persone più istruite guardavano meno la televisione e, di conseguenza, quest'ultima risultava meno impattante. È stata quindi definita una "realtà distorta" ciò che viene riprodotto dai media e in particolare dalla televisione. Dai risultati di quasi quarant'anni di ricerca sulla "coltivazione del messaggio" nei sistemi di messaggistica televisiva si evince come vengano spesso rappresentati tassi criminali elevati, stereotipi di ruolo di genere, sindrome del "mondo cattivo" e altro ancora (Morgan et al., 2009). Secondo lo studio effettuato da Gerbner e dalla sua équipe dal 1969 al 1990, la violenza, ad esempio, che compare sullo schermo è circa 10 volte superiore rispetto all'ambiente in cui viviamo. Tra la realtà e l'immagine che ne dà la TV esisterebbe in pratica una sorta di discrasia<sup>25</sup>. Miller (2005) spiega questa teoria usando la metafora della "gravità" per delineare il ruolo

---

<sup>24</sup> Hirsch, P. M. (1981). On not learning from one's own mistakes: A reanalysis of Gerbner et ally's findings on cultivation analysis part II. *Communication research*, 8(1), 3-37.

<sup>25</sup> Inteso condizione di squilibrio e di non linearità-<https://www.garzantilinguistica.it/ricerca/?q=discrasia>

del media, in questo caso la televisione. In pratica il processo di influenza non sarebbe unidirezionale ma gravitazionale, dove il centro di gravità è rappresentato dalla televisione stessa e gli spettatori, seppur ruotano a distanza diverse, risentono tutti dell'attrazione. Come principale narratore nella nostra società, la televisione non influenza solo le ideologie individuali, ma influenza anche la società nel suo complesso come la manifestazione fondamentale della cultura dominante. Tra i telespettatori assidui, le visioni e i valori relativamente comuni coltivati dalla televisione diventano la cultura dominante, *mainstream* o principale di quella società, nonostante le differenze individuali. Il concetto di *mainstreaming* si riferisce al fatto che "la visione televisiva può ridurre o annullare le differenze nelle prospettive e nei comportamenti che derivano da altre influenze sociali, culturali e demografiche" (Signorielli and Morgan, 2009).

## **2.4 Creazione di stereotipi e pregiudizi**

Guardando quindi al funzionamento e all'influenza dei media, risulta chiaro come i media possono svolgere un ruolo significativo nel creare, rafforzare e perpetuare stereotipi e pregiudizi, in particolare nei confronti delle popolazioni svantaggiate. I media spesso ricorrono agli stereotipi per attuare una narrazione su personaggi, eventi, situazioni e fatti di cronaca che sia facilmente comprensibile dal pubblico. Tuttavia, questa pratica può avere come conseguenza il rafforzamento e la perpetuazione di stereotipi e pregiudizi dannosi. Ad esempio, i media frequentemente rappresentano le minoranze e le popolazioni svantaggiate in ruoli che sono negativi e per l'appunto stereotipati, il che a sua volta può contribuire all'insorgere di pregiudizi e discriminazioni (Entman, 2007).

Gli stereotipi, scriveva Gordon Allport "sono socialmente sostenuti, continuamente ravvivati e rafforzati dai nostri mezzi di comunicazione di massa: romanzi, racconti, articoli di giornale, film, palcoscenico, radio e televisione" (1954). Questo processo è spesso sottile e implicito e influenza i nostri atteggiamenti e le nostre convinzioni senza che ne siamo pienamente consapevoli. Gli individui, infatti, non sembrano essere sempre consapevoli di questa influenza. Il filosofo Donald Davidson (1983) ha proposto una teoria che afferma che le persone tendono a sottovalutare l'influenza dei mass media su di loro stesse, ma allo stesso tempo sovrastimano l'influenza dei media sugli altri. Questo fenomeno è noto come "effetto terza persona" ed è legato al desiderio delle persone di vedere le proprie azioni come risultato di scelte libere e autonome, al fine di mantenere un alto livello di autostima. Con il termine "pregiudizio" si intende un atteggiamento o una convinzione negativa nei confronti di un particolare gruppo o individuo, basata su preconcetti o stereotipi. È il risultato di un processo attraverso il quale si giudica negativamente un individuo unicamente in base alla sua affiliazione a un gruppo sociale (Voci & Pagotto, 2010). Allport definisce il pregiudizio come "un atteggiamento avverso o ostile nei confronti di una persona che appartiene a un gruppo, semplicemente perché appartiene a quel gruppo, e si presume quindi che abbia le qualità criticabili attribuite al gruppo (1954)". Gli "stereotipi" rappresentano la componente cognitiva di questo fenomeno e consistono in un insieme di convinzioni relative a un gruppo sociale, spesso caratterizzate da esagerazioni o addirittura da informazioni completamente errate (Carnaghi e Arcuri, 2007). Sono rappresentazioni semplificate, generalizzate e spesso esagerate di un gruppo di persone. Possono basarsi su varie caratteristiche, come la razza, il sesso, l'età, la nazionalità, la religione e lo status socioeconomico (Dovidio et al., 2010). L'elaborazione delle informazioni umane si basa sugli stereotipi in quanto riducono la



complessità del mondo sociale servendo a standardizzare, rendere prevedibile e rendere gestibile la visione di una determinata persona sulla realtà sociale (Snyder, 1981). I pregiudizi e gli stereotipi riflettono diversi meccanismi ampiamente studiati in letteratura, che sembrano essere innati negli esseri umani. Uno di questi meccanismi è la tendenza a identificarsi con un gruppo sociale e a valutarlo in modo più positivo rispetto agli altri (Tajfel, 1974). Un altro meccanismo è la tendenza a categorizzare ogni stimolo in categorie concettuali (Cherubini, 2012). In altre parole, tendiamo naturalmente a identificarci con gruppi sociali ai quali apparteniamo e a vedere questi gruppi in una luce più favorevole rispetto a quelli a cui non apparteniamo. Allo stesso tempo, tendiamo anche a semplificare la nostra percezione del mondo categorizzando le informazioni in categorie mentali preesistenti. Questi meccanismi possono contribuire alla formazione di pregiudizi e stereotipi quando applicati a gruppi sociali. La forma più comune e ampiamente riconosciuta di discriminazione avviene quando una persona discrimina un'altra basandosi su atteggiamenti pregiudiziali o stereotipi apertamente espressi (Allport, 1954). La pericolosità del pregiudizio risiede quindi nella porta che apre per emettere giudizi di valore su qualcosa che non conosciamo accuratamente, o peggio ancora, per emettere giudizi negativi su qualcosa o qualcuno. Questo perché è comune trovare idee prive di fondamento che possono motivare azioni che danneggiano diverse sfere della società, minacciando i diritti degli individui e principi fondamentali come la diversità e la pluralità. Questa serie di concetti e pensieri infondati culminerebbe in quello che chiamiamo "discriminazione", che, secondo Grupioni (1995), consisterebbe nel "trattamento sfavorevole dato in modo arbitrario a determinate categorie di persone o gruppi, che può essere esercitato a livello individuale o collettivo". Ed è qui che entrano in gioco i media, in quanto spesso rappresentano molte categorie sociali, come i gruppi

minoritari, in modo stereotipato (Billings & Parrott, 2020). Questo diventa un problema nel momento in cui le rappresentazioni dei media spesso costituiscono la principale, se non l'unica, fonte di informazioni per i cittadini (Ramasubramanian & Murphy, 2014). Inoltre, nell'ambiente mediatico frammentato di oggi, i cittadini possono scegliere di esporsi a contenuti che non fanno altro che rafforzare loro opinioni preesistenti (Ramasubramanian & Murphy, 2014). Da questa prospettiva, alcuni accademici hanno suggerito che gli effetti dei media possono essere interpretati come un processo di rafforzamento delle preferenze individuali (Cacciatore et al., 2016).

## **2.5 Manufacturing contest: controllo delle opinioni come forma di potere**

I mass media, ricapitolando, hanno il compito di comunicare messaggi e simboli al pubblico in generale. Questi messaggi servono per divertire, intrattenere, informare le persone e per insegnare loro i valori, le credenze e le regole di comportamento che le aiuteranno a integrarsi nella società più ampia. In un mondo, quindi, in cui la ricchezza è concentrata in poche mani e ci sono grandi conflitti di interesse tra le classi sociali, svolgere questo ruolo richiede la diffusione sistematica di messaggi persuasivi, che possono sfociare quindi anche nella generazione di credenze discriminatorie, pregiudizi, stereotipi. Da questo concetto nasce il "*Propaganda Model*", un concetto sviluppato da Edward S. Herman e Noam Chomsky per spiegare come la propaganda e i pregiudizi nei media di massa vengano utilizzati per plasmare la percezione pubblica e influenzare le opinioni delle persone. Il risultato è l'opera "*Manufacturing Consent*" pubblicata nel 1988. Il modello di propaganda di Herman e Chomsky si concentra sulle influenze che i

poteri politici ed economici esercitano sulla produzione e sulla diffusione delle notizie nei media di massa. Questo modello è basato su cinque elementi chiave:

- **Proprietà e Controllo:** I mezzi di comunicazione sono spesso sotto il controllo di grandi corporazioni e gruppi di interesse, che esercitano un'influenza significativa sull'agenda e la copertura delle notizie.
- **Pubblicità:** La dipendenza dei mezzi di comunicazione dalla pubblicità crea una pressione affinché soddisfino gli interessi degli inserzionisti, il che a sua volta può limitare la diversità delle opinioni e delle prospettive presentate.
- **Fonti di Informazione:** I media spesso si affidano a fonti ufficiali ed esperti, i quali possono avere interessi personali e fornire informazioni tendenziose.
- **Reazioni negative (flak):** Le critiche e le pressioni da parte di gruppi potenti possono portare i mezzi di comunicazione a evitare la copertura di determinati argomenti o adottare una posizione favorevole a determinate agende.
- **Repressione:** La demonizzazione delle idee e delle prospettive contrarie alla narrativa dominante può portare all'esclusione delle voci dissidenti e alla limitazione del dibattito pubblico. (Chomsky & Hernan, 2003)

Il dominio delle élite nei media e la marginalizzazione dei dissidenti che risultano dall'applicazione di questi filtri avvengono in modo così naturale che i professionisti dei media, spesso operando con completa integrità e buona volontà, riescono a convincersi di scegliere e interpretare le notizie "oggettivamente" e sulla base dei valori professionali del giornalismo (Chomsky & Herman, 1988). La propaganda emerge come un mezzo per acquisire un consenso dell'opinione pubblica favorevole agli interessi dei potenti. La

genialità degli strateghi risiede nella creazione e nell'attuazione di tecniche sottili e intelligenti, come ad esempio l'*agenda-setting*, in modo che il pubblico non rilevi né identifichi la manipolazione e il controllo. Chomsky si sofferma sul fatto che la moderna industria delle relazioni pubbliche ha sviluppato sofisticate tecniche di propaganda negli Stati Uniti, nonostante fosse in una società considerata la più libera del mondo. Questo paradosso della libertà è un elemento fondamentale nella diffusione della propaganda ideologica. Da qui la sua provocazione (2003):

*"L'ideale democratico, sia all'interno che all'esterno degli Stati Uniti, è semplice e diretto: sei libero di fare ciò che desideri, a patto che sia ciò che vogliamo che tu faccia."*

Il fatto che i media possano essere strumentalizzati, attraverso varie tecniche come quelle precedentemente elencate, per servire gli interessi di un'élite dominante è evidente in Brasile, dove la burocrazia statale detiene spesso il potere e i media sono soggetti ad un monopolio, talvolta aggravato dalla censura ufficiale. Ciò può comportare la divulgazione selettiva di informazioni sulle favelas e una rappresentazione distorta di queste comunità, il che contribuisce a rafforzare le disuguaglianze e a perpetuare stereotipi sfavorevoli. Nel contesto del neoliberismo, l'organizzazione economica vede un governo forte che, in parte, opera in dipendenza dalle forze del mercato. Le decisioni economiche vengono spesso prese in conformità agli interessi delle élite attraverso il controllo del potere statale, il quale è influenzato da concentrazioni di potere private:

*Per i dirigenti di una corporazione transnazionale, i professionisti legati alla struttura del potere e altri settori privilegiati, è fondamentale che il mondo sia disciplinato in modo appropriato. Questo assicura all'industria*

*avanzata ingenti sussidi pubblici e garantisce la ricchezza per i più benestanti. Non è tanto importante se l'istruzione pubblica e l'assistenza sanitaria si deteriorano, se la popolazione meno fortunata vive in condizioni precarie nelle favelas e nelle prigioni, o se le basi per una società dignitosa si erodono. In questo contesto, è essenziale spaventare e intrattenere la popolazione. (Chomsky, 1996).*

Chomsky suggerisce che il mantenimento dello stato di guerra o di crisi sia spesso utilizzato dai governi per giustificare misure di controllo e per mantenere la popolazione in uno stato di allerta o paura costante. Questo può essere fatto attraverso la rappresentazione continua di minacce o nemici, come il crimine, le droghe o il terrorismo, al fine di mantenere la popolazione su un'agenda di sicurezza e controllo (BABE, 2015). Per guadagnare il sostegno o un'opinione pubblica allineata agli interessi delle grandi corporazioni, una delle tattiche di propaganda più efficaci osservate da Chomsky riguarda l'uso del linguaggio. I tentativi di controllo e manipolazione avvengono prevalentemente attraverso le parole. È attraverso il linguaggio che si cerca di dominare il pubblico e indottrinarlo, costruendo e diffondendo il discorso elitario. Abramo (2016) evidenzia almeno quattro schemi di manipolazione nei media, in particolare nel giornalismo televisivo:

- Schema di occultamento, che riguarda "un deliberato silenzio militante su determinati fatti della realtà" (ABRAMO, 2016); i fatti rilevanti vengono nascosti al pubblico in modo pianificato.
- Schema di frammentazione, in cui un fatto reale completo viene diviso e la stampa seleziona quali parti presentare al pubblico, rischiando non solo di perdere il

contesto, ma di distorcere e creare un'altra realtà, lontana dal significato del fatto reale accaduto.

- Schema di inversione: si manifesta in varie forme, presentando ciò che è secondario, come la costruzione del testo o opinioni, come la cosa principale, anziché il fatto in sé.
- Schema di induzione, in cui la popolazione viene spinta a consumare una realtà artificialmente creata.

Tutto questo, quindi, può portare a pregiudizio, *stigma*, nei confronti di una fascia della popolazione. Nel nostro caso ci riferiamo ad una fascia di popolazione spesso discriminata e vittima di preconcetti, la popolazione che abita le favelas. I media possono giocare un ruolo significativo nel mantenere un sistema di potere diseguale e nel determinare, in negativo, la percezione pubblica delle favelas.

## **CAPITOLO 3 - Favelas e *favelados* tra stigma e pregiudizio**

La modernità e la globalizzazione stanno ridefinendo costantemente e in modo fluido le relazioni sociali, economiche e culturali, apparentemente senza confini spaziali o temporali definiti. L'avvento delle nuove tecnologie ha pervaso le nostre vite, consentendoci di accedere a informazioni e notizie provenienti da una vasta gamma di mezzi di comunicazione, il tutto letteralmente a portata di mano con estrema facilità di accesso. Tuttavia, nonostante il facile accesso a queste tecnologie e quindi all'informazione, l'attenzione sulle sfide come le migrazioni forzate o spontanee che causano una crescita urbana non pianificata, la segregazione socio-spaziale, la disoccupazione e la violenza, non viene posta abbastanza e tutto ciò, seppur rimane una parte intrinseca della realtà urbana, viene dimenticato oppure giudicato con pregiudizio e discriminazione. Le persone sono costrette a vivere situazioni degradanti che minano la loro dignità, e, in aggiunta a ciò, subiscono la stigmatizzazione a causa della loro posizione sociale. Da tutto ciò che è stato appreso fino a questo momento, si evince come i principali media, i quali spesso ritraggono le favelas come luoghi caratterizzati dalla violenza, la criminalità e la povertà, contribuiscono in gran parte alla creazione di stereotipi e pregiudizi nei confronti degli abitanti delle favelas. Questi stereotipi possono influenzare la percezione del pubblico sulla realtà delle favelas, favorendo la formazione di pregiudizi e comportamenti discriminatori, creando così un effetto di "stigmatizzazione".

### 3.1 Stigma

Nell'antica Grecia, il termine "stigma" faceva riferimento a segni fisici che indicavano qualcosa di "fuori dall'ordinario" o che portavano una connotazione negativa sulla condizione morale di chi li presentava (Goffman, 1963). Nel XX secolo, nel campo della sociologia, il termine è stato adottato per affrontare la stigmatizzazione come un attributo sociale che degrada l'identità di un gruppo o di un individuo. Tra i sociologi, Erving Goffman (1963) può essere considerato un pioniere nel dibattito sulla stigmatizzazione. Goffman mette in evidenza il cambiamento nel significato di questa parola nel corso del tempo, prima con connotazioni positive, ora negative. Tuttavia, l'unico periodo storico citato dall'autore in cui lo stigma era considerato positivo è l'era cristiana (a partire dal I secolo d.C.), poiché rappresentava un segno di grazia divina. Quando è stato introdotto dai Greci, così come nella contemporaneità, l'essenza dello stigma è stata e continua ad essere percepita come negativa. La differenza tra questi due periodi sta nel fatto che per i Greci, lo stigma si riferiva a segni corporei utilizzati per segnalare qualcosa di insolito o cattivo riguardo allo status morale di una persona, e per questo motivo tale individuo doveva essere evitato dagli altri. L'autore applica il termine per descrivere la "condizione di un individuo che è escluso dalla completa accettazione sociale" e identifica tre categorie principali di stigma: gli abomini del corpo (come le deformità fisiche), le colpe individuali (come malattia mentale, reati penali, dipendenza da sostanze, orientamento sessuale) e gli stigmi tribali (come religione, etnia e razza). Nel contesto contemporaneo, lo stigma non è necessariamente legato a segni fisici evidenti. Piuttosto, si tratta di un'etichettatura che associa l'identità di un individuo a qualcosa che è considerato negativo, riprovevole o inaccettabile da parte di un gruppo o della società, semplicemente



perché non risponde alle caratteristiche considerate accettabili da quel gruppo. Questa osservazione è significativa poiché evidenzia che sentimenti di avversione, odio e disprezzo non sorgono solo nei confronti di individui chiaramente distinguibili per caratteristiche fisiche, ma si basano su elementi più soggettivi e comportamentali. Stigma e pregiudizio sono strettamente correlati. Il pregiudizio può essere visto come una componente cognitiva o psicologica dello stigma, che implica atteggiamenti e convinzioni negative su un gruppo stigmatizzato. In altre parole, lo stigma spesso implica un pregiudizio nei confronti delle persone che possiedono una caratteristica stigmatizzata. Allo stesso tempo, lo stigma va oltre il pregiudizio e include elementi di etichettatura, stereotipizzazione, separazione, perdita di status e discriminazione (Link & Phelan, 2001). Norbert Elias (2000) ha riconosciuto che lo stigma si verifica all'interno delle dinamiche quotidiane di potere. Secondo l'autore, il processo di stigmatizzazione non è mai semplicemente una questione di disapprovazione individuale o personale, ma è spesso giustificato sulla base di differenze di gruppo, che a loro volta riflettono una visione gerarchica delle relazioni sociali. Queste differenze vengono utilizzate come indicatori di conflitto e strumenti per mantenere privilegi, e quindi la tendenza di un gruppo a stigmatizzare un altro è direttamente collegata agli sforzi per consolidare e monopolizzare il potere. In un loro studio Link & Phelan (2013) coniano il termine *stigma-power*, che si riferisce a situazioni in cui i processi di stigmatizzazione consentono ai soggetti che stigmatizzano di raggiungere i propri obiettivi grazie al controllo o all'esclusione degli altri. Quindi, quando le persone hanno interesse a sopprimere, escludere o allontanare altre persone, lo stigma diventa una risorsa che consente loro di raggiungere i propri obiettivi desiderati. In altre parole, lo stigma può essere sfruttato come uno strumento per ottenere ciò che si vuole quando si cercano di influenzare o

controllare gli altri. Phelan et al. (2008) individuano tre scopi generici che le persone possono perseguire attraverso lo stigma.

- Nel primo caso, la dominazione o il "mantenimento delle persone in una posizione subalterna" possono portare alla ricchezza, al potere e a uno status sociale elevato quando un gruppo domina o sfrutta un altro (Phelan et al., 2008). Esempi classici includono la stigmatizzazione razziale degli afroamericani durante l'era della schiavitù, la colonizzazione europea di paesi in tutto il mondo e l'appropriazione delle terre degli indiani d'America da parte dei bianchi americani (Feagin, 2009; Feagin & Bennefield, 2013).
- Nel secondo caso, l'applicazione delle norme sociali o il "mantenimento delle persone entro i confini" comporta la creazione di regole scritte e non scritte che regolamentano tutto, dalla condotta dei soldati durante le guerre alla maniera in cui le persone dovrebbero bere il tè. Lo stigma implica un costo significativo che può servire sia a trattenerne chi viola la norma che a ricordare agli altri di rimanere conformi (Erikson, 1966).
- Nel terzo caso, l'evitamento delle malattie o il "mantenimento delle persone a distanza," le deviazioni dall'aspetto normale (salutare) dell'organismo, come asimmetrie, segni, lesioni e discolorazioni; tosse, starnuti e secrezioni di fluidi; e anomalie comportamentali dovute a danni ai sistemi di controllo muscolare potrebbero segnalare un pericolo di infezione e spingere le persone a voler stare lontane (Kurzban & Leary, 2001).

Esistono molteplici modi per mettere le persone in una posizione svantaggiata, disprezzarle, escluderle, evitarle, respingerle e discriminare contro di loro. Quando c'è la

motivazione e il potere necessario, i processi di stigmatizzazione forniscono un *handly kit* di strumenti per raggiungere gli obiettivi desiderati (Hatzenbuehler, Phelan, & Link, 2013). Quando c'è la volontà e la capacità di farlo, lo stigma può essere utilizzato come un insieme di strumenti per ottenere risultati specifici volte all'esclusione sociale di determinate persone o gruppi.

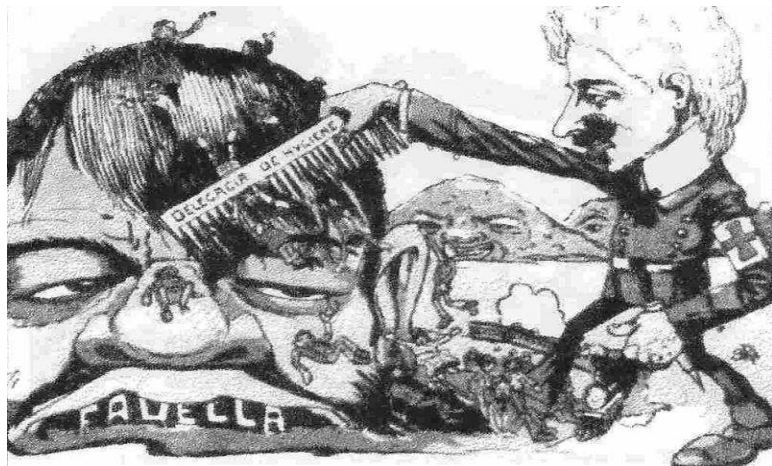
### ***3.1.1 Stigmatizzazione territoriale***

Attraverso gli scritti di un altro sociologo, Loïc Wacquant (2007), il termine “stigma” ha cominciato a guadagnare importanza nel campo degli studi urbani. Basandosi sul lavoro di Goffman, l'autore mette in luce la possibilità che lo spazio possa diventare un elemento distintivo di discredito sociale, introducendo il concetto di "stigmatizzazione territoriale". In questo contesto, il luogo di residenza di un individuo può compromettere la sua reputazione e privarlo di una completa accettazione da parte degli altri (Wacquant, 2007). Basandosi sul suo studio comparativo tra quartieri popolari delle metropoli di Chicago e Parigi, Wacquant (2008) cerca di capire come un "difetto" identificato in uno spazio specifico possa influenzare la vita quotidiana dei suoi residenti. Inoltre, esplora come questo attributo negativo possa essere sfruttato da determinati individui e gruppi sociali per scopi personali. Analizza quindi come un aspetto negativo associato a un luogo possa avere un impatto sulla vita delle persone che vi risiedono e come tale aspetto possa essere manipolato da alcune persone o gruppi a loro vantaggio. Pertanto, lo stigma territoriale si caratterizza per la diffusione di discorsi diffamatori attribuiti a un territorio specifico, che inizia a essere percepito e considerato come luogo di rovina, pericoloso e

violento. Questi discorsi includono sia quelli che Wacquant (2006) definisce come "discorsi provenienti dal basso", legati alle interazioni della vita quotidiana, sia quelli che provengono dall'alto, nella sfera mediatica, politica, burocratica e persino scientifica. Lo stigma territoriale comprende quindi una serie di narrazioni negative associate a un luogo, che possono emergere dalle esperienze quotidiane delle persone o essere veicolate attraverso i mezzi di comunicazione, la politica e altre istituzioni. Diversi autori nel corso degli anni sottolineano quindi l'importanza di esaminare come vengono costruite e diffuse le rappresentazioni legate a parti dello spazio urbano e non, considerando la stigmatizzazione come un costrutto sociale. È essenziale comprendere le ragioni alla base di questa diffusione e trovare gli attori coinvolti nel processo. L'ambiente urbano è formato da rappresentazioni socialmente costruite oltre agli elementi materiali e concreti. In altre parole, è fondamentale esaminare come le idee e le percezioni sulla geografia urbana vengono create, diffuse e influenzino il modo in cui le persone interagiscono con lo spazio che li circonda. La percezione di un territorio da parte di specifici gruppi sociali può plasmare attributi che diventano predominanti, cioè accettati e riprodotti dall'intera società, e omogeneizzanti, nel senso che possono sopprimere altre narrazioni esistenti. Come un territorio viene visto da determinati gruppi sociali può influenzare la creazione di caratteristiche dominanti che vengono accettate e perpetuate dalla società nel suo insieme, al contempo limitando altre narrazioni o prospettive alternative. Come spiegato da Bourdieu (1991), il potere simbolico svolge un ruolo importante in questo processo perché le persone che possiedono questo potere hanno la capacità di creare realtà producendo rappresentazioni. In questo particolare contesto, l'esistenza delle rappresentazioni territoriali non può essere separata dalle relazioni di potere che si verificano all'interno della società capitalista. Risulta chiaro, quindi, come la

stigmatizzazione sia un fenomeno che può avere gravi conseguenze sia per l'individuo che per un gruppo di persone.

### 3.2 Come i media descrivono le favelas?



*Figura 5: "Una pulizia necessaria", Rio de Janeiro, 1904.*

Nonostante lo stigma sia spesso il risultato di percezioni radicate, i media sembrano svolgere un ruolo importante nell'influenzare tali percezioni, che sia rinforzando, rafforzando e perpetuando stereotipi negativi o sfidandoli e gradualmente erodendoli. Una volta confermato quanto i media abbiano un'influenza significativa sulla popolazione, tanto da plasmare idee, generare stereotipi, favorire pregiudizi e promuovere la stigmatizzazione, diventa evidente come tale fenomeno si manifesti in modo evidente

all'interno del contesto sociale delle favelas. Le favelas emersero a Rio de Janeiro alla fine del XIX secolo, ma solo a partire dagli anni Quaranta iniziarono a catturare l'interesse degli studiosi e della stampa e del governo stesso. Nel 1947, durante l'amministrazione del sindaco generale Angelo Mendes de Moraes, il comune anticipò l'IBGE e condusse il primo censimento delle favelas. Il Dipartimento di Geografia e Statistica del Comune del Distretto Federale pubblicò nel 1949 il censimento avviato nelle ultime settimane del 1947 e completato nel marzo del 1948. Con la conclusione della ricerca, furono identificate 105 favelas, con una popolazione di 138.837 abitanti, di cui 68.953 di sesso maschile e 69.884 di sesso femminile. Queste 138.837 persone, distribuite in 34.567 abitazioni, rivelarono una media di 4,01 persone per casa nel censimento edilizio. Questa fu la prima volta in cui si crearono opportunità per conoscere più approfonditamente le favelas e comprendere la loro realtà. Questo interesse non era solo legato all'incremento numerico delle favelas, ma anche alla preoccupazione ideologica riguardo al significato delle favelas all'interno del contesto urbano (Gondim, 1982). Questa preoccupazione si manifestava attraverso segnalazioni dei "problemi sociali" che si credeva derivassero dall'esistenza delle favelas, insieme a proposte di azioni volte alla loro eliminazione. A questo proposito, è significativo quanto veniva riportato dai giornali dell'epoca:

- *“Luoghi del crimine, focolai di corruzione e malattie, quartier generali di irresponsabili e oziosi devono essere eliminati”* (Jornal do Comércio, 13/2/1946)
- *“Basata sull'illegalità e sulla mancanza di rispetto per la proprietà, la favela è in conflitto con la struttura giuridica della nazione. Non è credibile che questa condizione, che non sarebbe tollerata neanche nelle regioni più remote e selvagge del deserto, possa persistere nella capitale del paese (...). Non è necessario essere sociologi per comprendere i pericoli rappresentati per la città da questo acuto*

*conflitto tra l'opulenza e la miseria, tra i palazzi e le baraccopoli*" (O Globo, 1952).

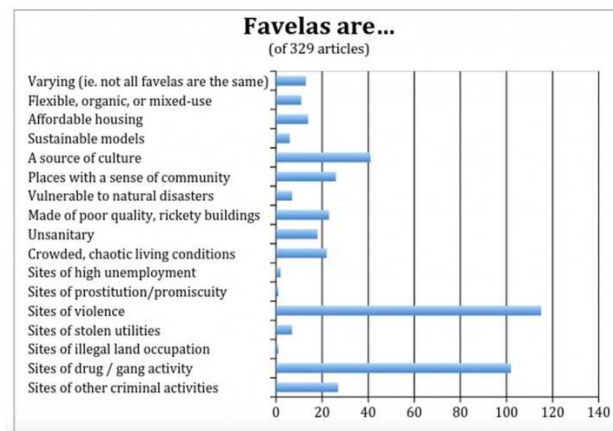
La paura sociale è storicamente associata alla connessione tra povertà (e zone di povertà) e criminalità. Immagini e idee che collegano le favelas alla violenza urbana sono storicamente presenti nell'immaginario collettivo e vengono frequentemente diffuse dai media di massa, telenovele, film e letteratura (Fernandes, 2005). Questi stereotipi contribuiscono a perpetuare una visione distorta delle favelas come luoghi intrisi di criminalità, anche se la realtà può essere molto più complessa e sfaccettata. L'aspetto "malaticcio" delle favelas e dei loro abitanti si è sviluppato in rappresentazioni più complesse nel corso degli anni. Le loro immagini e immaginazioni hanno incorporato altri aspetti di pericolo e minaccia. L'immagine attuale delle favelas include l'idea che rappresentino una minaccia per l'ambiente urbano e siano la fonte principale di violenza urbana. Sebbene queste immagini siano legate a fatti reali, le informazioni vengono esagerate negli aspetti negativi, rinforzando gli stereotipi storici. È evidente che il discorso incolpa nuovamente le favelas per i propri problemi anziché riflettere sui fattori strutturali che spingono le favelas a crescere e aumentano la povertà nella città. Pertanto, le favelas vengono rappresentate socialmente come un problema di per sé (Fernandes F.L., 2014).

In tempi più recenti, Catalytic Communities (CatComm)<sup>26</sup>, un'organizzazione no-profit con sede a Rio de Janeiro che si impegna per promuovere lo sviluppo sostenibile delle favelas, nel 2014, ha pubblicato un rapporto intermedio che esaminava la rappresentazione delle favelas nei media nel periodo compreso tra il 2009 e il 2014. Il

---

<sup>26</sup> <https://catcomm.org>

loro studio chiamato "Favelas nei Media: 2009-2014" studia come sei importanti testate giornalistiche in lingua inglese dagli Stati Uniti e dal Regno Unito trattano il tema delle favelas di Rio. Dal momento dell'assegnazione delle Olimpiadi del 2016 a Rio nel 2009 fino alla Coppa del Mondo del 2014, hanno monitorato 329 articoli provenienti da *The New York Times*, *The Wall Street Journal*, *USA Today*, *The Guardian*, *il Daily Mail* e *The Telegraph*. I risultati hanno confermato che la copertura mediatica internazionale mainstream delle favelas di Rio è in gran parte negativa (Vedi Figura 5). Gli argomenti menzionati più frequentemente sono "Violenza e Droga", "Polizia" e "Pacificazione", mentre le favelas sono state comunemente rappresentate come "luoghi di violenza" e "luoghi di attività criminale, di gang". La parola "baraccopoli" è stata costantemente il termine alternativo più comune per "favela".



**Figura 5:** Diagramma riassuntivo della rappresentazione delle favelas nei media, consultare:

<https://catcomm.org/media-analysis-2014/>

Anche Ramos e Paiva (2007, p. 15), attraverso studi quantitativi dei principali quotidiani brasiliani, hanno scoperto che i reportage giornalistici sulle favelas e i sobborghi a basso reddito del Brasile, in particolare a Rio de Janeiro, quasi sempre



considerano questi territori come "spazi esclusivamente violenti" (Ramos & Paiva, 2007); inoltre le voci e le prospettive degli abitanti delle favelas sono sottorappresentate. Considerando quindi l'importante ruolo dei media nella società contemporanea, è evidente l'influenza significativa che il giornalismo esercita in questo processo di stereotipizzazione. Nel contesto brasiliano, questo ruolo è ancora più evidente nel campo del giornalismo televisivo, che rappresenta la principale fonte d'informazione per la popolazione. Secondo Rezende (2000), la televisione in Brasile non è semplicemente un mezzo di comunicazione del sistema nazionale; essa detiene un prestigio così preponderante da costituire l'unica via di accesso alle notizie e all'intrattenimento. Nella rappresentazione mediatica delle favelas, Barros (2013) evidenzia una tendenza dei media a dividere questo contesto tra il bene e il male, creando un'immagine di un luogo che è costantemente etichettato come differente dal resto della città e che finisce per diventare un territorio barbaro e isolato dal mondo esterno. In questo contesto, si possono richiamare le discussioni proposte da Said (1990) riguardo agli stereotipi che dividono l'Oriente e l'Occidente. La cultura europea ha diffuso il proprio autoconcetto egemonico confrontandosi con l'Oriente e differenziandosi da esso. Questa dinamica riflette una relazione simile tra i "cittadini per bene" (l'Occidente) e i "criminali" (l'Oriente), che vengono generalizzati e caratterizzati come inferiori rispetto a coloro che detengono l'identità egemonica. Si nota, quindi, che nella società esiste una visione distorta e stereotipata delle favelas, con una rappresentazione mediatica che porta alla marginalizzazione di questa realtà. Pandolfi e Grynszpan (2003) mettono in guardia contro il fatto che questa situazione non corrisponde alla realtà delle comunità periferiche. L'importanza e la responsabilità dei contenuti trasmessi nel giornalismo televisivo sono di massima importanza per la costruzione dell'identità nazionale. In questo contesto,

Moroni e Oliveira Filha (2008) sottolineano l'importanza cruciale di quale tipo di contenuti venga trasmesso e in che modo. Allo stesso tempo, Pena (2006) mette in guardia contro l'atteggiamento dei giornalisti nell'ambito della creazione e della diffusione di stereotipi, sottolineando che tale processo può diventare un ciclo senza fine. Secondo l'opinione condivisa dai residenti delle favelas, la società tende a dimenticare che questi luoghi sono anche la residenza di "persone oneste" e "lavoratori", e non solo di criminali.

### ***3.2.1 Rappresentazione televisiva***

Il cinema è un'arte alla portata di varie fasce di pubblico, offrendo loro la possibilità di sperimentare emozioni e riconoscere in anticipo luoghi diversi. In particolare, la televisione è un potente mezzo di influenza, ma, prima di tutto, funziona anche come uno "strumento di cittadinanza". La televisione utilizza l'immagine che trasmette per creare e perpetuare identità, incoraggiando le persone a identificarsi con ciò che viene trasmesso e a "essere" pubblico. La visione di Wolton (2006) sulla televisione è molto esplicativa:

*La televisione, come spesso diciamo, è lo "specchio" della società. Se essa è il suo specchio, ciò significa che la società si vede - nel senso più forte del pronome riflessivo - attraverso la televisione, che le offre una rappresentazione di sé stessa. La televisione, inducendo la società a riflettere su sé stessa, non solo fornisce un'immagine e una rappresentazione, ma allo stesso tempo offre a chiunque la guardi la possibilità di partecipare a questo processo. Inoltre, è uno dei pochi esempi in cui questa società si riflette, consentendo a ciascuno di avere accesso a questa rappresentazione.*

Nella società contemporanea, il legame delle persone con la televisione inizia fin dall'infanzia. Secondo Ormezzano et al. (2007), questa dipendenza inizia molto presto, diventando persino una sorta di sostituto della tata o addirittura della madre, una figura estremamente importante. Nella fase adulta, gli autori presentano la televisione “come un “feticcio”, un oggetto del desiderio, sia per ciò che esprime sia per ciò che mostra.” Barros (2013) sottolinea che la favela è un bersaglio mediatico non solo nei notiziari, ma anche nella costruzione di storie di finzione che rafforzano lo stereotipo che collega la favela alla violenza. I film del primo Novecento già idealizzavano le favelas prima di cedere il passo al periodo del Cinema Novo<sup>27</sup> negli anni Cinquanta. Questo movimento cinematografico ha messo in evidenza i problemi sociali delle favelas utilizzando i principi del Neorealismo italiano: riprese sul posto, utilizzo di attori non professionisti e trattamento di temi contemporanei. Uno dei padri fondatori del Cinema Novo, Glauber Rocha, ha descritto questo fenomeno come "*estética da fome*<sup>28</sup>" (1965). Nonostante i tentativi dei registi di affrontare le questioni sociali reali attraverso i loro film, resta da chiedersi se questo stile abbia reso un ritratto accurato delle favelas. Dopo la scomparsa improvvisa del Cinema Novo negli anni Settanta, l'estetica della fame si è gradualmente trasformata nell'estetica della violenza urbana. Sullo schermo, le guerre territoriali, le fazioni del narcotraffico e la violenza legata alle favelas hanno preso il sopravvento. Dai film che inizialmente rappresentavano le difficoltà sociali affrontate dagli abitanti delle favelas, il cinema è passato a ritrarre le favelas e i loro residenti come responsabili dei

---

<sup>27</sup> Il Cinema Novo (IPA: [si'ne.me 'no.vu]) fu un movimento cinematografico brasiliano di rinnovamento, influenzato dalla corrente del neorealismo italiano e dal movimento cinematografico francese, nato sul finire degli anni '50, della Nouvelle Vague. (Wikipedia)

<sup>28</sup> Traduzione in portoghese di “estetica della fame”.

problemi di violenza e del traffico di droga in Brasile. È innegabile che la violenza urbana sia sempre più presente nella letteratura brasiliana contemporanea e, di conseguenza, nelle trasposizioni letterarie per il cinema. Inoltre, le produzioni cinematografiche brasiliane stanno aprendo un ampio spazio per questo tema, sia attraverso film, documentari o serie televisive. Film così vari come "*Notícias de uma guerra particular*" (1999), "*Palace II*" (2000), "*Cidade de Deus*" (2002), "*O invasor*" (2003), "*Ônibus 174*" (2003), "*Cidade dos homens*" (2003) e altri, come "*Falcão, meninos do tráfico*" (2006), un documentario ideato e diretto da MV Bill e Celso Athayde, residenti di *Cidade de Deus*, rappresentano alcuni esempi di opere di finzione o documentari che hanno enfatizzato la presenza visiva di cittadini poveri, neri, residenti nelle favelas e nei quartieri periferici nel cinema e nella televisione brasiliani (Hamburger, 2005). Come afferma Sanches (2007) le rappresentazioni della vita nelle comunità svantaggiate delle grandi metropoli brasiliane stanno diventando sempre più un oggetto di desiderio e consumo per il cinema nazionale e non, per lo schermo della Rede Globo<sup>29</sup> e per le case discografiche multinazionali. La periferia entra effettivamente in scena diventando di tendenza. Il successo di film come "*Cidade de Deus*"<sup>30</sup> del regista Fernando Meirelles ha portato la televisione, il cinema e l'industria musicale a adottare questa nuova formula nella ricerca di audience e consumatori. Dopotutto, la periferia e le favelas costituiscono una grande parte della popolazione brasiliana. Associando ciò alla dimensione della violenza che

---

<sup>29</sup> TV Globo (portoghese: ['teve 'globu], Globe TV) precedentemente noto come Rede Globo o semplicemente Globo, è una rete televisiva free-to-air brasiliana, lanciata dal proprietario dei media Roberto Marinho il 26 aprile 1965. È la più grande rete televisiva commerciale in Sud America e la seconda in tutto il mondo.

<sup>30</sup> "*Cidade de Deus*" è un film che narra la storia di due amici, Buscapé e Dadinho, che crescono insieme nella pericolosa favela di Cidade de Deus, una delle zone più violente di Rio de Janeiro. Mentre Buscapé è un giovane sensibile che sogna di diventare un fotografo per sfuggire alla vita criminale, Dadinho diventa noto come Zé Pequeno e si afferma come spietato boss della droga della favela. La trama del film segue le vite divergenti dei due amici, con Buscapé cercando di realizzare il suo sogno attraverso la fotografia e Dadinho/Zé Pequeno perpetuando la violenza e il crimine nella favela. Il film esplora le sfide e le conseguenze della vita nella favela, offrendo uno sguardo crudo sulla violenza e la criminalità che permeano la comunità.

incide sulla vita della popolazione e che è spesso associata alla periferia, si è sviluppata una nuova strategia per attrarre spettatori.

*Cidade do Deus* ha lasciato a bocca aperta pubblico e critica fin dalla sua uscita. Forse come nessuna opera brasiliana prima di lui, il lungometraggio è riuscito a combinare una serie di qualità che lo collocano nel “pantheon” del cinema mondiale. Come afferma Maurício Cardoso, *Cidade do Deus* è stato uno "spartiacque" nel cinema brasiliano e, dopo la sua uscita, si è verificato un profondo cambiamento nel rapporto tra le produzioni nazionali e il loro pubblico. Sia nel libro che nel film, la violenza ha caratteristiche molto specifiche, che vanno dalla violenza associata al traffico di droga alla violenza della lotta per il potere, senza essere limitata a una forma o uno stile particolare. Il film rappresenta la vita in una favela di Rio de Janeiro, mostrando la violenza, la povertà e la criminalità che si verificano nella comunità. Nonostante il film abbia ricevuto elogi dalla critica e abbia vinto numerosi premi, è stato anche oggetto di critiche per perpetuare stereotipi negativi sulle favelas e sui loro abitanti. Il film mostra la favela come un luogo di criminalità e violenza in cui le persone vivono in condizioni pericolose e precarie, ritraendo anche gli abitanti della favela come violenti e criminali, il che contribuisce a stigmatizzare queste comunità. È stato inoltre criticato perché non ha dato voce ai residenti della favela, ma li ha solamente mostrati come criminali o vittime. Come ha affermato, in un'intervista dopo l'uscita del film, il rapper e attivista sociale MV Bill:

*Il film non ha portato nulla di positivo alla favela, né alcun beneficio sociale, morale o umano. Il mondo ora crederà che abbiano sfruttato l'immagine dei bambini di qui, dalla Cidade de Deus. Quello che vediamo è che le dimensioni dello stigma che queste persone dovranno portare per tutta la vita sono solo cresciute con questo film. Hanno etichettato*

*i nostri concittadini e non hanno dato loro nulla in cambio. Peggio ancora, li hanno etichettati come finzione e li hanno venduti come verità.*

Il film "Cidade de Deus" è un esempio di come i media possano diffondere false credenze e stereotipi sulle favelas. Il film ha ricevuto buone recensioni e incassi, ma è stato anche criticato per aver rappresentato male le favelas e le persone che vi vivono. È fondamentale tenere presente che le favelas sono comunità vivaci e diverse con una ricca cultura e storia e che la stigmatizzazione di queste comunità può avere un impatto negativo sui residenti.

### **3.3 Effetti diretti della stigmatizzazione**

La stigmatizzazione, quindi, può avere effetti negativi sulla favela e di conseguenza sui *favelados*<sup>31</sup> a 360 gradi. Vivere in un quartiere stigmatizzato è stato riscontrato avere un impatto negativo sulla salute auto-dichiarata dei residenti (Kelaher et al., 2010) e sulla segnalazione di sintomi depressivi e diagnosi di malattie mentali (Tabuchi et al., 2012). In altri studi, lo stigma legato al luogo è stato associato a esiti negativi di salute fisica, tra cui una peggiore qualità del sonno e l'ipertensione (Duncan et al., 2016; Ruff et al., 2018). Come già citato in precedenza, è importante quindi il concetto di "stigmatizzazione territoriale" di Wacquant. Nella pratica, questa idea sottolinea come lo spazio costruito funga da intermediario per la creazione di rappresentazioni, immaginari e reazioni emotive collettive. Questo aiuta a definire i

---

<sup>31</sup> Il termine "favelados" è un sostantivo utilizzato per riferirsi alle persone che abitano nelle favelas.

confini tra gruppi sociali e a separare alcuni di essi dal punto di vista sociale e fisico. Come dimostrato da Bourdieu (1989), in primo luogo, la già esistente disuguaglianza nell'accesso alle risorse del capitale sociale, culturale ed economico si rafforza e si aggrava. Queste disuguaglianze sono spesso più evidenti nella scuola e nell'occupazione, dove alcune comunità possono incontrare maggiori ostacoli al loro progresso sociale ed economico. Di conseguenza, coloro che non hanno accesso a queste opportunità, che molto spesso noi diamo per scontate, potrebbero sentirsi costretti a cercare alternative. Queste alternative possono includere azioni socialmente riprovevoli come il crimine e la violenza, che spesso sono considerate l'unico modo per "riappropriarsi" dello spazio e delle risorse. È importante ricordare che queste azioni non sono necessariamente una scelta; invece, sono una risposta all'emarginazione sociale e alla mancanza di opportunità. Sempre rimanendo nell'ambito teorico e citando anche questa volta Wacquant, è di vitale importanza riconoscere l'utilità del suo studio "*Punishing The Poor*" (2009). In realtà, si concentra sulla penalizzazione della povertà e sulla marginalizzazione delle comunità povere negli Stati Uniti e in Europa. Tuttavia, il libro ha anche implicazioni per la comprensione delle favelas e delle comunità povere in Brasile. Secondo l'autore, in un contesto neoliberalista<sup>32</sup>, si verifica un passaggio significativo dall'intervento statale nell'economia e nella protezione sociale verso politiche incentrate sul mercato e sulla competizione. Questa prospettiva ha conseguenze dirette sulla percezione della povertà. Nel contesto del neoliberalismo, la povertà viene spesso vista come risultato delle scelte individuali o della mancanza di sforzo personale piuttosto che come una questione

---

<sup>32</sup> Indirizzo recente di pensiero economico che si oppone alla tendenziale riduzione della libertà di mercato operata dalle concentrazioni monopolistiche e soprattutto dall'intervento statale nell'economia, e chiede pertanto, in linea con gli orientamenti dei Paesi occidentali più progrediti, che lo stato si limiti a ripristinare le condizioni di concorrenzialità, astenendosi da altre forme di azione economica che sono considerate inefficaci, tardive, facili a degenerare in un dirigismo costrittivo. (Treccani)

strutturale o sistematica. Di conseguenza, le politiche pubbliche tendono ad enfatizzare la responsabilità individuale e ad adottare misure punitive nei confronti dei poveri, come ridurre i programmi di assistenza sociale o concentrarsi sulle riforme del benessere sociale. Questo metodo può avere un impatto negativo sulla vita delle persone in povertà perché rende più difficile ottenere un sostegno adeguato dalla società e rende più facile marginalizzare i gruppi svantaggiati. Oltre a questo, nei paesi con limitata esperienza di democrazia e diritti umani, come il Brasile, la gestione delle persone considerate "usa e getta" rappresenta un'esperienza unica in cui i processi storici di svalutazione simbolica dei gruppi emarginati vengono rafforzati da discorsi che promuovono punizione, umiliazione e persino eliminazione fisica (Fernandes 2013). L'esempio più noto è rappresentato, appunto, dalle favelas. Dagli anni '80, queste aree stanno vivendo una crescente territorializzazione da parte di gruppi criminali armati, con il traffico di droga come attività principale (Fernandes et al., 2008). La storica criminalizzazione delle favelas è ulteriormente esacerbata da nuove forme di minaccia rappresentate sotto l'etichetta del "trafficante di droga," spesso ritratto come un giovane uomo di colore. (Fernandes, 2013). Gli utilizzatori di crack, in particolare, sono spesso rappresentati come "vite sprecate" e "senza valore" dai media di massa e dalla società in generale. La rappresentazione mediatica dei "trafficienti di droga", quasi sempre ritratti come giovani uomini neri (termine usato in questo contesto con connotazione razzista), amplifica la stigmatizzazione delle comunità coinvolte. In particolare, gli utilizzatori di crack sono spesso oggetto di giudizi negativi da parte dei media e della società, considerati come individui senza valore. Questa rappresentazione può contribuire a perpetuare l'emarginazione e la stigmatizzazione di queste persone, ostacolandone l'accesso a servizi di sostegno e opportunità di miglioramento delle loro condizioni di vita. La presenza del



traffico di droga ha portato a un cambiamento nello stigma associato ai residenti delle favelas, originariamente discusso da Pearlman, sostituendo lo stigma di "vagabondo" e/o "disadattato" con quello di "criminale", "complice" e/o "protettore" dei trafficanti (Souza, 1996). Zaluar (1998) evidenzia che i residenti delle favelas soffrono per due motivazioni differenti: la prima è il dominio del traffico di droga e la seconda è l'essere vittime di pregiudizio e di azioni arbitrarie da parte di trafficanti e forze dell'ordine nelle comunità. Questo pregiudizio ha contribuito alla formulazione di politiche di sicurezza che promuovono la brutalità della polizia, come ad esempio le "*promoções por bravura*"<sup>33</sup>. La combinazione di questa duplice oppressione ha portato alla creazione di politiche di sicurezza che spesso promuovono l'uso eccessivo di forza da parte delle forze dell'ordine come un modo per dimostrare "coraggio" e ottenere promozioni. Questo ha reso la vita dei residenti ancora più difficile e ha alimentato un ciclo di violenza nelle comunità. Molti governi utilizzano le misure repressive per dare l'impressione di essere forti e determinati nell'affrontare il problema del traffico di droga in assenza di un approccio di lungo termine alla sicurezza pubblica. Tuttavia, queste misure spesso non affrontano le fonti del problema e possono causare un aumento della violenza e delle violazioni dei diritti umani, colpendo anche coloro che non sono coinvolti nel crimine (Soares, 2000). In questo contesto, giovani neri e poveri che vivono in zone svantaggiate sono coloro che vengono più spesso associati al crimine e alla violenza, diventando di conseguenza i sospetti abituali identificati dalla polizia e dalla società in generale (Ramos e Musumeci, 2005). Di conseguenza, i giovani delle favelas sono i principali bersagli della stigmatizzazione degli emarginati urbani a Rio. Nella costruzione della loro rappresentazione sociale,

---

<sup>33</sup> Le attività della polizia che portavano all'arresto o alla morte di trafficanti, nonché al sequestro di droga e armi nelle favelas, venivano premiate con aumenti salariali e promozioni di carriera (Fonte: Jornal EXTRA, 19 settembre 1999).

vengono presentati come una minaccia per la società. Le favelas in Brasile, in questo modo, diventano simili a quartieri poveri ed emarginati dove esiste una specie di controllo punitivo (Wacquant, 2001). La costruzione delle favelas come luoghi pericolosi è un aspetto chiave per comprendere le radici della criminalizzazione della povertà nelle città brasiliane contemporanee, in particolare per coloro che provengono da contesti particolarmente stigmatizzati. Questa rappresentazione sociale è legata a processi socio-simbolici che segnano la storia delle favelas a Rio, dove una forte stigmatizzazione è stata alla base di un modello singolare di segregazione in cui le barriere simboliche si sovrappongono alle barriere fisiche (Fernandes, 2009). È fondamentale comprendere come queste percezioni influenzano le politiche pubbliche e le opportunità per i residenti delle favelas, contribuendo a perpetuare la disuguaglianza e la marginalizzazione. La narrazione pubblica e politica deve cambiare per affrontare questa situazione. Ciò dovrebbe promuovere una visione più equa e inclusiva delle comunità stigmatizzate.

## **CAPITOLO 4 - Combattere lo stigma**

### **4.1 Il potere della contronarrazione: tra TV e ONG**

Come discusso nel capitolo precedente, i residenti delle aree svantaggiate sono stati rappresentati in varie forme nei media. Sono stati trascurati, sono stati considerati potenzialmente violenti, pericolosi, da evitare. A partire dagli anni 2000, sono però emersi, seppur in piccola parte, discorsi più positivi e inclusivi riguardanti le periferie sullo schermo. Secondo Hamburger (2005), le rappresentazioni delle favelas sono diventate più realistiche e autentiche, e le relazioni tra chi crea, chi è oggetto di rappresentazione e chi elabora tali rappresentazioni sono diventate più collaborative e coinvolgenti, con la partecipazione attiva dei residenti delle periferie. D'altra parte, come ha notato Daniela Zanetti (2008) sono emerse produzioni che hanno sperimentato nuovi modi di rappresentare la realtà dei residenti delle favelas. Queste produzioni si sono opposte alla spettacolarizzazione della violenza nelle periferie in opere che abbiamo citato anche precedentemente, contrastando l'idea che all'interno di luoghi come le favelas ci sia solo violenza, ineguaglianza, criminalità, esclusione e altri elementi negativi. Ad esempio, nel 2002, la TV Globo ha iniziato a trasmettere la serie "*Cidade dos Homens*", un derivato del film "*Cidade de Deus*", che si concentra sui dilemmi di due adolescenti nati e cresciuti in una favela di Rio de Janeiro. È considerata una serie televisiva che ha affrontato le sfide affrontate da due adolescenti cresciuti in una favela di Rio de Janeiro in una modalità narrativa che ha segnato una svolta nella

rappresentazione mediatica delle periferie, grazie anche al coinvolgimento di Regina Casé<sup>34</sup> come autrice e regista. Secondo Simone Rocha (2006), l'obiettivo di questa serie era "risvegliare l'attenzione sul fatto che in questi luoghi esiste umanità, persone comuni e vita comunitaria, bambini e la loro ingenuità, e non solo la "legge del traffico", la violenza e la criminalità". "*Central da Periferia*" e "*Minha Periferia*", due TV-Show che hanno fatto il loro debutto in TV nel 2006 sotto la guida della presentatrice Regina Casé, hanno cercato di presentare le periferie in modo differente, separando queste comunità dalla violenza. Queste produzioni non si sono concentrate sugli aspetti più negativi della vita nelle favelas, ma hanno esaltato l'umanità presente in questi luoghi. Queste serie televisive hanno cercato di mostrare le periferie in modo più favorevole, evidenziando le caratteristiche culturali, umane e creative di queste comunità e cercando quindi di superare gli stereotipi negativi che spesso vengono associati alle periferie. Hanno dimostrato che ci sono molte storie e talenti positivi in queste aree elogiando la forza e la varietà delle comunità delle periferie urbane invece di concentrarsi sui problemi sociali. Si può notare, quindi, che coloro coinvolti nel programma esprimono costantemente il desiderio di presentare la periferia in modo positivo, rifiutando il discorso egemonico diffuso dai media che rappresenta le periferie come luoghi dove è presente solo criminalità (Fischer, 2008). Le intenzioni degli ideatori di sollevare la questione sono rappresentate nelle dichiarazioni dei giovani che attirano l'attenzione del pubblico sulla disuguaglianza economica brasiliana, la quale crea una separazione tra centro e periferia, asfalto e favela, ricchi e poveri. Oltre a questo, in "*Minha Periferia*" l'attenzione si sposta sulla relazione tra i giovani svantaggiati e le ONG. Come si vede nel programma,

---

<sup>34</sup> Regina Casé è un'attrice, conduttrice televisiva, autrice e regista brasiliana. Conosciuta per il suo impegno sociale e per aver affrontato temi importanti nelle sue opere, inclusi quelli legati alla vita nelle periferie e alla lotta contro le disuguaglianze sociali in Brasile.

all'inizio l'operato di queste associazioni non sembrava essere ben visto. In un'intervista ad una ragazza della favela quest'ultima afferma: "*L'ONG esiste perché sta coprendo il vuoto lasciato dal governo (gli altri membri del gruppo aiutano la giovane a completare la frase con la parola "governo")*". Un altro ragazzo: "*Il Brasile è il campione del mondo delle ONG, è terribile*". La sequenza delle interviste indica chiaramente che "*Minha Periferia*" cerca di affrontare la complessa questione ponendo domande e cercando di esaminarla da diverse prospettive. Fino alla metà degli anni '90, i programmi di assistenza governativi e delle organizzazioni della società civile si concentravano sui bambini o sugli adolescenti fino ai 18 anni, secondo Abramo (2005). Solo in un secondo momento questi programmi si sono rivolti ai giovani che avevano raggiunto la "maggiore età" e hanno cercato di colmare un debito sociale con loro, cercando di restituirgli gli stessi diritti di formazione educativa o di ritorno a scuola che avevano già i giovani delle classi medie e alte. Secondo Abramo, alcune ONG che sembravano essere in linea con quelle mostrate in *Minha Periferia* hanno modificato la loro percezione e il loro coinvolgimento con i giovani.

#### ***4.1.1 Cosa fa un' ONG nel contesto favela?***

Un'organizzazione non governativa (ONG) è un'istituzione che opera al di fuori del governo, essenzialmente un'organizzazione privata senza scopo di lucro, appartenente al cosiddetto terzo settore. Le ONG operano in aree vulnerabili, ovvero in luoghi che non ricevono il sostegno adeguato, o talvolta alcun sostegno, da parte dei governi. Il termine ONG, in realtà, è diventato di uso comune e generalizzato, sinonimo di qualsiasi tipo di organizzazione privata orientata all'azione sociale, come sottolineato da Landim (2002).

L'autore afferma che sotto questa etichetta vengono considerate sia tutte le organizzazioni che offrono assistenza in generale (da lui definite "prestatori di servizi vari alla povertà"), sia la filantropia aziendale o l'investimento sociale aziendale. Ci sono quindi vari esempi di associazioni di questo tipo che operano nel contesto favela. Un esempio è *Viva Rio*: un'ONG che si impegna per promuovere la pace e l'inclusione sociale delle famiglie a basso reddito provenienti dalle favelas di Rio de Janeiro. Offre corsi di formazione professionale, sostegno artistico ed educativo e assistenza alle famiglie che risiedono nelle favelas nello stato di Rio de Janeiro. Attraverso l'istruzione e la formazione, le organizzazioni non governative (ONG) possono combattere i pregiudizi nonché la stigmatizzazione territoriale. L'obiettivo di questi sforzi è quello di ridurre i pregiudizi sfavorevoli che si riferiscono a particolari comunità, promuovendo una maggiore inclusione e rappresentanza delle esigenze e degli interessi di tali comunità nella sfera politica e sociale della nazione. In questo contesto, le ONG aiutano a cambiare le cose fornendo opportunità educative e formative per cambiare le idee negative e costruire ponti tra le comunità stigmatizzate e il resto della società. Secondo Scherer-Warren e Luchmann (2004) la globalizzazione e le conferenze delle Nazioni Unite hanno favorito la collaborazione tra movimenti sociali e organizzazioni civili a livello locale e nazionale, preparandoli a partecipare attivamente a iniziative internazionali. Questa collaborazione può contribuire a contrastare la stigmatizzazione territoriale. Le ONG, in particolare, svolgono un ruolo cruciale, collegando le comunità locali a una rete globale di attori impegnati nella lotta contro la stigmatizzazione e il pregiudizio, incentivando la comprensione e l'autonomia delle comunità stigmatizzate. L'istruzione fornita da queste associazioni è di particolare importanza poiché si svolge spesso in contesti meno formali rispetto all'istruzione scolastica tradizionale. Questo tipo di istruzione è cruciale in molti

aspetti, incluso nell'insegnamento di un uso consapevole dei media, che, come abbiamo visto, rivestono un ruolo fondamentale nello sviluppo del pensiero critico e nell'inclusione nella società. L'informazione creata dalle ONG nel momento in cui si va a fornire "istruzione non formale" rappresenta, secondo Gohn (2009), "un'alternativa ai tradizionali mezzi di informazione ai quali le persone sono esposte nella vita di tutti i giorni, attraverso i mezzi di comunicazione, in particolare la televisione e la radio".

## **4.2 Voce ai più deboli, il ruolo dei *digital media***

Per molto tempo, gli abitanti delle favelas di Rio de Janeiro non hanno avuto il controllo su un'immagine che è stata spesso creata da attori istituzionali come lo Stato, i media, l'élite, etc. Questa immagine è stata spesso associata, come ampiamente discusso nei capitoli precedenti, a concetti come marginalità, legata alla guerra del traffico di droga o alla mancanza di infrastrutture di base. Sebbene la lotta per una narrativa diversa sia sempre esistita attraverso la musica, il funk<sup>35</sup>, la samba, il rap, le cronache e le poesie prodotte da artisti e residenti locali, in questa decade, grazie all'avanzamento tecnologico e all'aumento dell'accesso alle tecnologie da parte delle fasce popolari, si è aperta la possibilità di una maggiore visibilità di altre immagini e discorsi sulle favelas. Grazie all'accesso sempre più crescente alla tecnologia, le comunità delle favelas hanno ottenuto la possibilità di condividere le loro storie e le loro prospettive direttamente con il pubblico, bypassando spesso i tradizionali canali mediatici. È possibile che questo cambiamento nell'accesso e nella condivisione delle narrazioni aiuti a combattere lo stigma delle favelas e a promuovere una comprensione più ampia e rispettosa della loro

---

<sup>35</sup> *Il baile funk* è un genere che si è sviluppato durante la fine degli anni 80 e 90 in Brasile.

complessa realtà. Il numero di divulgatori, comunicatori, nelle favelas di Rio de Janeiro è aumentato notevolmente negli ultimi anni: con ciò ci si riferisce ai residenti delle favelas che si identificano come tali ed esprimono il loro luogo di residenza utilizzando la loro lingua, le loro opinioni e il loro stile attraverso profili sui social media e giornali della comunità. Secondo la "*Pesquisa de hábitos e práticas culturais de jovens residentes em cinco favelas cariocas*", condotta dal progetto "*Solos Culturais*" e affiliata all'organizzazione non governativa "*Observatório de Favelas*" nel 2012, nelle cinque favelas di Rio de Janeiro (*Rocinha, Cidade de Deus, Complexo do Alemão, Complexo da Penha e Mangueiras*), il 90% dei residenti tra i 15 e i 28 anni ha accesso a Internet. Quest'ultimo svolge un ruolo cruciale nella creazione di una cultura di condivisione e produzione collaborativa tra i giovani: oltre a consumare contenuti digitali, utilizzano la rete per esprimere sé stessi, condividere le proprie creazioni e connettersi con altre persone. In anni precedenti, quando Internet stava diventando una parte quotidiana della vita per la maggior parte della popolazione, le "Lan House" hanno svolto un ruolo essenziale. Secondo la ricerca condotta dalla storica Pamella Passos, intitolata "*Lan House na favela: Cultura e práticas sociais em Acari e no Santa Marta*," nel 2007, queste Lan House sono state responsabili del 49% degli accessi a Internet in Brasile. Questi locali erano dotati di computer con accesso a Internet e richiedevano un pagamento per l'utilizzo. Si sono rapidamente diffusi nelle favelas svolgendo un ruolo cruciale nel dibattito sull'inclusione digitale in queste comunità. Questo fenomeno rappresentava un aspetto molto interessante nella trasformazione del modo in cui le persone interagiscono con la tecnologia e con il mondo digitale. Questi luoghi, inizialmente concepiti come spazi in cui le persone potevano accedere a Internet e giocare online, hanno sviluppato un chiaro potenziale per diventare dei punti centrali per la cittadinanza digitale, i servizi di



e-government e l'istruzione. (Lemos e Martini, 2009). Negli ultimi anni, la diminuzione dei costi dei dispositivi elettronici insieme alla loro diffusione ha portato gran parte degli abitanti delle favelas a iniziare ad accedere a Internet attraverso i propri smartphone e computer personali, riducendo la rilevanza delle Lan House. Esse continuano ad essere luoghi di socializzazione e divertimento per le giovani generazioni nelle comunità delle favelas, anche se il modo in cui sono utilizzate è cambiato, andando ad offrire ancora un ambiente unico per il divertimento, lo scambio di esperienze e l'incontro con gli altri, nonostante il fatto che la tecnologia ad uso individuale sia sempre più accessibile, anche nel proprio domicilio. Nel 2013, una ricerca condotta da Ibope/YouPix<sup>36</sup> ha rivelato che il 92% dei giovani brasiliani che accedono a Internet utilizzano i social media. Piattaforme come Twitter, Facebook e YouTube sono tra le più utilizzate, e il Brasile è secondo solo agli Stati Uniti per utilizzo delle reti sociali. Secondo la stessa ricerca, Facebook rappresenta il 73,5% dell'utenza delle reti sociali, con un totale di 76 milioni di utenti in Brasile. L'uso di Internet e delle nuove tecnologie non rappresenta solo un consumo da parte di questa giovane popolazione delle favelas, ma anche la possibilità di ridefinire il proprio luogo di residenza, rafforzando e dando visibilità alle proprie pratiche culturali. L'accesso a Internet e ai social media ha permesso ai giovani delle favelas di connettersi con il mondo esterno, di condividere le proprie esperienze e di promuovere le proprie culture in modi prima impensabili. Questo ha avuto un impatto significativo sulla loro identità e sulla rappresentazione delle loro comunità, offrendo nuove opportunità per far sentire la propria voce e condividere le proprie storie con un pubblico più ampio. La comunicazione non ha mai un'accezione neutrale, quindi mostra comportamenti culturali,

---

<sup>36</sup> <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/ibope-media-e-conecta-apresentam-perfil-do-jovem-brasileiro-no-youpix-festival-2013.aspx>

visioni del mondo e scelte. La soggettività e la concretizzazione delle esperienze sono fortemente influenzate dalle narrazioni plausibili pubblicate sui profili dei social media, dai post su Facebook, Instagram ai video di Youtube. La percezione di sé e le esperienze delle persone sono profondamente influenzate da ciò che viene trasmesso attraverso le piattaforme video e i social media, i quali sono protagonisti nel definire l'identità e le esperienze, influenzando la nostra prospettiva sul mondo e su noi stessi. In questo contesto quindi, la vita comunitaria acquista importanza e occupa lo spazio tecnologico, diventando un ambiente di interazione frequentato regolarmente, in cui le persone sviluppano relazioni significative. Queste relazioni non sono importanti solo per lo sviluppo sociale delle persone, ma anche per la loro formazione e costruzione soggettiva (Araujo, 2005). Oltre a questo, in un contesto dominato dall'insicurezza e dalla violenza, Internet diventa un luogo sicuro e tranquillo per l'incontro e il mantenimento dei contatti tra cari (Nemer; Freeman, 2015). È comunque innegabile che la violenza e il pericolo circondano i quartieri delle classi popolari, sia a causa della presenza della polizia che del traffico, il che implica una mancanza di libertà non solo nel transitare negli spazi fisici, ma anche nell'esprimere opinioni e credenze su ciò che accade intorno a loro. In questo contesto di minaccia e rischio, gli individui vedono nei social media una possibilità di sicurezza, seppur limitata, per esprimere i propri sentimenti riguardo alla propria vita e all'indignazione per quanto riguarda la mancanza di sicurezza o l'accesso ai servizi sanitari ed educativi. In questo modo, sentendosi parte della comunità virtuale in modo più equo, sebbene abbiano alcune preoccupazioni sull'essere giudicati, iniziano a sviluppare modi specifici di utilizzare le risorse dell'Internet. Questo può includere conversare con un familiare da cui sono separati geograficamente, esprimere la propria individualità, mantenere il contatto con i genitori che spesso lavorano in diversi impieghi,

aggiornandoli sulla propria posizione, o anche esprimere la propria indignazione per la situazione in cui vivono e condividere opinioni sulla loro vita e comunità (Nemer, 2015).

#### ***4.2.1 Internet come strumento di empowerment.***

Con il termine *empowerment* intendiamo "un processo attraverso il quale gli individui, le organizzazioni e le comunità acquisiscono la maestria sulla loro vita" (Rappaport, 1987). La partecipazione attiva della comunità nella definizione dei programmi che influenzano la salute è una strategia raccomandata dalla Carta di Ottawa dell'OMS (1986) da oltre vent'anni. Questo approccio promuove il coinvolgimento diretto della comunità nel processo decisionale, nella pianificazione e nell'attuazione delle strategie volte a migliorare la salute. Come afferma la Carta di Ottawa, "La promozione della salute agisce attraverso un effettivo coinvolgimento della comunità nel definire le priorità, prendere decisioni, pianificare e mettere in atto strategie che mirano a migliorare il benessere complessivo". In modo simile, la Carta di Bangkok (2005), in un contesto più recente, ribadisce l'importanza di politiche e partenariati finalizzati ad aumentare l'autonomia della comunità e a promuovere la salute e l'uguaglianza. Questi aspetti dovrebbero essere considerati come punti centrali nello sviluppo a livello globale e nazionale. In questo senso, acquisisce molta importanza il ruolo delle nuove tecnologie, dove in questo contesto viene inteso come utilizzo libero e consapevole del Web. Ad esempio, come afferma Lemos (2003) " le tecnologie dell'informazione e della comunicazione sono importanti strumenti di mobilitazione sociale. " Questo concetto sottolinea che l'uso di tali tecnologie può contribuire all'inclusione digitale e sociale di gruppi emarginati, inclusi gli abitanti delle favelas. Da qui nascono programmi di

educazione mediatica, la quale si occupa proprio di fornire alle persone supporto affinché diventino pensatori critici e creatori creativi "di una crescente varietà di messaggi con immagini, suono e linguaggio" (CARLSSON et al., 2008). Secondo questo punto di vista, "l'alfabetizzazione mediatica aiuta, quindi, a rafforzare le capacità critiche e le competenze comunicative che conferiscono significato all'esistenza umana ed abilitano l'individuo a utilizzare la comunicazione per il cambiamento" (CARLSSON et al., 2008). L'accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle favelas può consentire ai residenti di condividere le proprie esperienze, mobilitarsi per affrontare problemi comuni e aumentare il coinvolgimento civico. Attraverso l'uso di queste tecnologie, le voci delle persone delle favelas possono essere ascoltate e riconosciute, contribuendo a sfidare gli stereotipi e a promuovere una maggiore inclusione sociale. Ad esempio, Nemer (2015) rileva che i residenti delle favelas del Brasile che sono stati oggetto della sua ricerca trovano nei social media un luogo sicuro e importante in cui, oltre a esprimere le proprie opinioni sulla vita nella comunità e su altri temi che affrontano, possono sentirsi parte di una società dominata dal consumo. Questo significa che, mostrando di essere presenti nel mondo virtuale e sfruttando le sue risorse, essi percepiscono di essere inclusi e di appartenere alla società del consumo. Inoltre, Nemer (2015) evidenzia nella sua ricerca che molti dei telefoni cellulari, venivano condivisi tra gruppi di amici che si incontravano nei *Telecentros* e/o nei caffè per utilizzare i dispositivi insieme. Tutto ciò crea un senso di comunità e favorisce la socializzazione. L'accesso alle risorse digitali è visto come un modo per ridurre le disuguaglianze sociali e promuovere la partecipazione democratica, in linea con le prospettive di Levy (1996) e Castells (1999) sul potenziale delle reti virtuali per creare spazi più equi e inclusivi. Secondo Castells (2013), i movimenti sociali guidati dai social media sono innescati da un "processo di

azione comunicativa" che promuove l'azione e il cambiamento sociale, il quale a sua volta rafforza l'entusiasmo delle persone che riescono a superare le proprie paure e "si trasformano in attori collettivi consapevoli". L'uso di Internet può aumentare il senso di competenza individuale, aumentare la rilevanza personale e fornire maggiori opportunità e risorse per agire, superando le limitazioni e i vincoli. Ciò può essere considerato un aspetto dell'empowerment personale, inteso, come già accennato precedentemente, "processo mediante il quale individui, organizzazioni e comunità acquisiscono risorse che consentono loro di avere voce, visibilità, influenza e capacità di agire e prendere decisioni". (Horochovski; Meirelles, 2007). L'empowerment può essere compreso come la creazione di uno spazio in cui si ha libertà d'azione, voce e visibilità. Pertanto, la necessità di acquisire competenze, di diventare alfabetizzati nell'uso dei linguaggi e delle tecniche di comunicazione rende l'educazione mediatica un elemento fondamentale per le istituzioni che cercano di valorizzare il diritto alla comunicazione e il protagonismo della comunità come soggetto dei propri mezzi di comunicazione. In contesti di disuguaglianza, l'alfabetizzazione mediatica può diventare un veicolo essenziale per promuovere l'accesso e l'empowerment delle comunità svantaggiate, consentendo loro di diventare attori attivi nei processi mediatici e di comunicazione.

### **4.3 Dalla teoria alla pratica: Il complesso da Maré come “comunità generativa”**

*Svolgiamo il giornalismo proprio come qualsiasi altro giornale, rivista o emittente televisiva. Tuttavia, il nostro obiettivo è mostrare cosa accade dal punto di vista della Favela da Maré. I media mainstream spesso ignorano le prospettive delle favelas. Siamo sempre emarginati e mostrati in una luce negativa, ma qui è diverso! Non abbiamo una posizione anti-polizia o anti-esercito quando trattiamo le questioni. Ciò che abbiamo è una posizione pro-abitante delle favelas, e siamo fieri di dichiararlo molto chiaramente. Siamo insieme, Favela! #marévive. (Maré Vive 2018)*

Il *Complesso da Maré* è il più grande complesso di favelas di Rio de Janeiro, che si estende su 16 comunità nella Zona Nord con circa 140.000 residenti. Sebbene sia spesso oggetto di reportage nei media tradizionali sulla violenza urbana, è sede di una società civile molto diversificata e dinamica. Secondo l'Istituto Pereira Passos, spiegando l'origine di Maré, la popolazione dell'intero complesso è composta principalmente da persone di origine indigena, con basso reddito familiare, basso livello di istruzione e spesso marginalizzate dalla società. In gran parte, questi residenti sono coinvolti nel mercato del lavoro a nero e hanno sviluppato nel corso degli anni le proprie forme di sopravvivenza, molte delle quali collettive (SILVA, 2006). Maré si distingue da altre favelas perché, ad esempio, è stata costruito il primo museo all'interno di una favela al mondo, il *Museu da Maré*. Si distingue anche per la sua produzione di media comunitari. In uno spazio che storicamente è sempre stato trascurato da tutti i governi, la comunicazione comunitaria è diventata uno strumento importante di mobilitazione sociale e di intervento effettivo nella vita quotidiana dei residenti. Nella *Maré* è nato, ad

esempio, uno dei giornali più antichi all'interno di una favela a Rio, il *Jornal O Cidadão*. Il *Jornal O Cidadão* esiste da 23 anni, il suo lavoro è iniziato in un'epoca in cui i social media non esistevano ancora. Il periodico è stato pubblicato per oltre 15 anni, stampato da una vecchia casa editrice che si trovava nella Maré. Attualmente, il team del *Jornal O Cidadão* opera sui social media e continua a svolgere un lavoro di memoria, recuperando figure storiche della Maré che in passato hanno rilasciato interviste sui loro lavori all'epoca della versione cartacea. Oggi, *O Cidadão* ha un sito web, profili su Instagram, Facebook, YouTube e Linktree. Carolina Vaz, 30 anni, coordinatrice di questo media, afferma che attualmente il giornale è composto da due giornaliste e da una comunicatrice volontaria. Sottolinea l'importanza di fare giornalismo comunitario all'interno della favela, mantenendo la tradizione di cercare, intervistare le persone del luogo, scoprire cosa fanno e farle sentire importanti.

Uno dei media comunitari più famosi è Maré Vive (Maré Vive), un collettivo informale di media comunitari che lavora per proteggere ed emancipare i residenti di Maré attraverso il monitoraggio della violenza e la documentazione della memoria collettiva. La sua missione è quella di promuovere la cultura, l'arte e l'educazione nelle comunità delle favelas, combattendo la stigmatizzazione e la violenza che spesso affliggono queste aree. Si potrebbe dire che i profili di "Maré Vive" sui social media sono quelli che ricevono maggior visibilità virtuale nella favela di Maré. Questo collettivo è nato nel 2014 con una pagina su Facebook. In meno di una settimana, la pagina ha raggiunto oltre 100.000 seguaci. Ogni settimana, mantiene una media di oltre 500.000 visualizzazioni, talvolta superando il milione. Nel corso degli anni, questo gruppo ha creato un profilo su Instagram e conta più di 20.000 seguaci. Hanno anche creato una pagina su Twitter e attualmente hanno 12.000 seguaci.

Oltre agli esempi, si può notare come la comunicazione comunitaria si concentra sulla capacità delle comunità di creare e condividere messaggi in modo autonomo. Ciò implica non solo la produzione di storie e contenuti, ma anche l'accesso ai mezzi di comunicazione e ai canali attraverso i quali questi messaggi possono essere diffusi. Tutto questo si può definire con il termine "comunità generativa", il quale incorpora una metodologia che comprende la produzione di narrazioni e l'accesso ai mezzi di comunicazione (Paiva, 2004). La "comunità generativa" rappresenta un approccio alla comunicazione che mette in risalto l'empowerment delle comunità nel processo di creazione e condivisione di contenuti mediatici. Questo può includere la produzione di giornali, programmi radiofonici, blog o altre forme di media che consentono alle comunità di esprimere le proprie storie, opinioni e punti di vista. Il concetto di "comunità generativa" parte dall'idea fondamentale che il sentirsi cittadino, incluso, è un elemento cruciale per la realizzazione della vita umana. La società ancora oggi esclude una fetta della popolazione che è stata storicamente lasciata ai margini, vivendo in luoghi dove il concetto di cittadinanza è sfocato, e dove la subalternità è una realtà tangibile. La dura realtà delle favelas richiede creatività e ingegno per affrontare almeno in parte le condizioni di vita implacabili. È proprio in questo spirito di lotta, che unisce inventiva e la triste realtà dell'esclusione, che nasce la "comunità generativa". Questo termine rappresenta l'appropriazione delle forze di solidarietà presenti nei progetti comuni, nella vita comunitaria, capaci di generare una forza che promuove, crea e genera nuove forme di lotta capaci di portare a cambiamenti sociali significativi. La presenza e l'azione dei collettivi incarnano oggi lo spirito di questa "comunità generativa" (Martins e Pavia, 2022).



## CONSIDERAZIONI FINALI

In questo elaborato di tesi viene esaminata l'importante correlazione tra la disuguaglianza socioeconomica in Brasile, l'influenza dei media e la stigmatizzazione territoriale delle favelas. Questi temi, intrinsecamente collegati, mettono in risalto questioni cruciali che richiedono la nostra attenzione. Il Brasile è un paese di notevoli contrasti; da un lato, è noto per la sua bellezza naturale, la cultura vibrante e il patrimonio culturale unico; dall'altro, è caratterizzato da marcate disuguaglianze economiche. Una delle espressioni più evidenti di questa disuguaglianza si trova nelle favelas, comunità urbane informali che affrontano sfide significative nell'accesso a servizi essenziali, istruzione, lavoro e opportunità di crescita economica. Le disparità socio-economiche non sono solo una questione di statistica; hanno un impatto profondo sulle vite di milioni di brasiliani che abitano nelle favelas. Questa disuguaglianza crea un ciclo di marginalizzazione e vulnerabilità, che può essere difficile da interrompere senza un intervento significativo. Nel nostro mondo sempre più connesso, i media svolgono un ruolo cruciale nella perpetuazione di queste disuguaglianze; in particolare hanno un'influenza significativa nel plasmare le percezioni e le credenze della popolazione. Spesso, però, la rappresentazione delle favelas nei media è distorta e sensazionalista, enfatizzando il lato negativo e contribuendo a creare pregiudizi e stigmatizzazione. Questo conduce al concetto di stigma e stigmatizzazione territoriale. La stigmatizzazione si verifica quando una comunità o un gruppo di persone viene etichettato in modo negativo e subisce un trattamento discriminatorio a causa di questa etichetta (Goffman, 1963). Nel caso delle favelas, questa etichetta è spesso associata al crimine e alla violenza, creando un'immagine negativa che colpisce tutti i suoi residenti. I media contribuiscono in modo significativo a questo processo, aumentando la profilazione di

rappresentazioni negative delle favelas e dei loro abitanti. Tuttavia, possiamo considerare alternative alla stigmatizzazione e all'esclusione sociale dei *favelados* concetti come l'empowerment, l'educazione digitale e la creazione di "comunità generative" possono svolgere un ruolo chiave nel contrastare gli effetti dannosi della stigmatizzazione mediatica. L'empowerment, come sottolineato da Martins e Pavia (2022), si configura come un mezzo per contrastare gli stereotipi negativi e favorire la formazione di una "comunità generativa", con un focus particolare sull'educazione digitale promossa da organizzazioni non governative e associazioni create dagli stessi abitanti delle favelas come la già citata "*Maré Vive*". Gli stessi media e i nuovi media, spesso demonizzati e reputati dannosi per i bambini e gli adolescenti, possono essere utilizzati per creare una maggiore consapevolezza della propria identità e autonomia. Tutto questo fa sì che venga promossa l'istruzione e la partecipazione attiva nelle comunità delle favelas, contribuendo a ridurre la marginalizzazione.

In conclusione, è imperativo riconoscere la necessità di affrontare sia la disuguaglianza socio-economica che quella mediatica in Brasile. Attraverso strategie di empowerment ed educazione digitale, possiamo coltivare un futuro più inclusivo e giusto per le comunità delle favelas, superando la stigmatizzazione territoriale e promuovendo una società più equa per tutti i suoi cittadini. Questo richiede sforzi congiunti da parte della società civile, dei media e delle istituzioni per creare un cambiamento positivo e duraturo.

## **BIBLIOGRAFIA**

Abramo, H. W. (2005a). Condição juvenil no Brasil contemporâneo. In H. W. Abramo & P. P. M. Branco (Eds.), *Retratos da juventude brasileira: análises de uma pesquisa nacional* (pp. 37-73). Fundação Perseu Abramo.

Abramo, P. (2016). *Padrões de manipulação na grande imprensa* (2ª ed.). Fundação Perseu Abramo.

Allport, G. W. (1954). *The Nature of Prejudice*. Addison-Wesley.

Alves, M. H. M., & Evanson, P. (2011). *Living in the Crossfire: Favela Residents, Drug Dealers, and Police Violence in Rio de Janeiro*. Temple University Press.

Araújo, Y. R. G. (2005). *Telepresença: Interação e Interfaces*. EDUC/Fapesp.

Babe, R. E. (2015). *Wilbur Schramm and Noam Chomsky Meet Harold Innis: Media, Power, and Democracy*. Lexington Books.

Baoill, A. Ó. (2008). Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.

Barros, M. P. (2013). *Favela e Representações de Identidade: Estereótipos em Viver a Vida*. Retrieved from <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-audiovisual-e-visual/favela-e-representacoes-de-identidade-estereotipos-em-viver-a-vida>

Billings, A. C., & Parrott, S. (2020). *Media Stereotypes: From Ageism to Xenophobia*.

Bourdieu, P. (1989). Social Space and Symbolic Power. *Sociological Theory*, 7(1), 14-25. doi: 10.2307/202060

Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power*. Polity Press.

Bourgois, P. (2001). The Power of Violence in War and Peace. *Ethnography*, 1(2), 5-34.

- Cacciatore, M. A., Scheufele, D. A., & Iyengar, S. (2016). La Fine dell'Inquadratura Come la Conosciamo... e il Futuro degli Effetti Mediatici. *Comunicazione di Massa e Società*, 19(1), 7-23.
- Cardoso, M. (2017). Uma história dramática do cinema brasileiro. São Paulo, Liber Ars.
- Carnaghi, A., & Arcuri, L. (2007). Parole e categorie. *La cognizione sociale nei contesti*.
- Carvalho, M. A. R. (1995). Cidade escassa e violência urbana. *Violência e participação política no Rio de Janeiro*. IUPERJ, Rio de Janeiro, Brasil.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. Paz e Terra.
- Castells, M. (2013). *Redes de indignação e esperança*. Zahar.
- Cavallieri, F., & Vial, A. (2012). Favelas na cidade do Rio de Janeiro: o quadro populacional com base no Censo 2010.  
[http://portalgeo.rio.rj.gov.br/estudoscariocas/download%5C3190\\_FavelasnacidadedoRiodeJaneiro\\_Censo\\_2010.PDF](http://portalgeo.rio.rj.gov.br/estudoscariocas/download%5C3190_FavelasnacidadedoRiodeJaneiro_Censo_2010.PDF)
- Cherubini, P. (2012). *Psicologia Generale*. Milano: Raffaello Cortina Editore.
- Cohen, B. C. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton University Press.
- Davidson, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 47(1), 1-15.
- De Mello e Souza, L. (2001). O nome do Brasil. *Revista de História*, 145, 61-86.
- De Souza e Silva, A. (2006). From Cyber to Hybrid: Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces. *Space and Culture*, 9(3), 261-278.
- Deffner, V. (2011). Geografia da desigualdade social: Uma perspectiva de geografia urbana crítica apresentada a partir do exemplo da produção social da favela em Salvador-BA. *Geotextos: Revista da Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal da Bahia*, 6(2), 115-137.
- Dovidio, J. F., Hewstone, M., Glick, P., & Esses, V. M. (2010). Prejudice, Stereotyping and Discrimination: Theoretical and Empirical Overview. In *The SAGE Handbook of Prejudice, Stereotyping and Discrimination* (pp. 3-28). SAGE.

Duncan, D., Ruff, R., Chaix, B., Regan, S., Williams, J., Ravenell, J., Bragg, M., Ogedegbe, G., Elbel, B. (2016). Perceived spatial stigma, body mass index, and blood pressure: a global positioning system study among low-income housing residents in New York City. *Geospatial Health*, 11. <https://doi.org/10.4081/gh.2016.399>, 399-399.

Elias, N., & Scotson, J. L. (2000). *Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade*. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Entman, R. M. (2007). Framing Bias: Media in the Distribution of Power. *Journal of Communication*, 57(1), 163-173.

Erikson, K. T. (1966). *Wayward puritans: A study in the sociology of deviance*. New York: John Wiley and Sons.

Feagin, J. R. (2009). *The white racial frame: Centuries of racial framing and counter-framing*. New York: Routledge.

Feagin, J. R., & Bennefield, Z. (2013). Systemic racism and U.S. health and health care. *Social Science & Medicine*. in press.

Fernandes, F. L. (2014). The Construction of Socio-Political and Symbolical Marginalization in Brazil: Reflecting the Relation between Socio-Spatial Stigma and Responses to Violence in Rio de Janeiro. *International Journal of Humanities and Social Science*, 4(2), 52-67. <http://www.ijhssnet.com/journal/index/2258>.

Fischer, R. M. B. (2008). Mídia, juventude e educação: modos de construir o "outro" na cultura. *Arquivos Analíticos de Políticas Educativas*, 16(2).

Flew, T. (2008). *New media: An introduction*. Oxford: Oxford University Press.

Genro Filho, A. (1987). *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Tchê!.

Gerbner, G. (1969). Toward "cultural indicators": The analysis of mass mediated public message systems. *AV Communication Review*.

Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. New York: Simon and Schuster.

Gohn, M. da G. (2009). Educação não formal, educador (a) social e projetos sociais de inclusão. Rio de Janeiro, 1(1), 28-43.

Hatzenbuehler, M. L., Phelan, J. C., & Link, B. G. (2013). Stigma as a fundamental cause of population health inequalities. *American Journal of Public Health*, 103, 813-821.

Hepp, A. (2019). Katz/Lazarsfeld (1955): Personal Influence. *Schlüsselwerke der Netzwerkforschung*, 293-296.

Hirsch, P. M. (1981). On not learning from one's own mistakes: A reanalysis of Gerbner et al.'s findings on cultivation analysis part II. *Communication research*, 8(1), 3-37.

Hohlfeldt, A., Martino, L., e França, V. (Orgs.) (2001). Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes.

Informazione - Notizie a Confronto. (2010, November 26). Brasile, la polizia con gli «elefanti» per conquistare le favele.

Kelagher, M., Warr, D. J., Feldman, P., & Tacticos, T. (2010). Living in 'Birdsville': exploring the impact of neighbourhood stigma on health. *Health Place*, 16, 381–388.  
<https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2009.11.010>.

Klapper, J. T. (1960). The effects of mass communication.

Koonings, K., & Kruijt, D. (Eds.) (2013). *Fractured cities: social Exclusion, urban violence, and contested spaces in Latin America*. Zed Books, Chicago, Illinois, USA.

Kurzban, R., & Leary, M. R. (2001). Evolutionary origins of stigmatization: the functions of social exclusion. *Psychological Bulletin*, 127, 187-208.

Landim, L. (2002). Múltiplas identidades das ONGs. In *ONGs e universidades: desafios para a cooperação na América Latina* (pp. 17-50). Fundação Peirópolis.

Lasswell, H. (1927). *Propaganda technique in the World War*. London: Kegan Paul, Trench, Trubner.

Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), The communication of ideas (pp. 37-51). Harper.

Lazarsfeld, P.; Berelson, B. Gaudet, H. (1944). The people's choice. New York: Duell, Sloan and Pearce.

Le Bon, G. (1983). Psicología de las masas. Morata, Madrid.

Lemos, D. D. C. (2003). Educação corporativa: pesquisa de soluções em e-learning e modelos de universidades corporativas.

Levy, P. (1996). O que é o virtual?. Editora 34.

Lievrouw, L. A. (2002). Determination and Contingency in New Media Development: Diffusion of innovations and Social Shaping of Technology Perspectives. In Sonia Livingstone & Leah, A. Lievrouw (Eds.), The Handbook of New Media (pp. 183-196). Londres: Sage Publications.

Lippmann, W. (1965). Public opinion. 1922. URL:  
<http://infomotions.com/etexts/gutenberg/dirs/etext04/pbpnn10.htm>.

Lister, Martin, Dovey, Jon, Giddings, Seth, Grant, Iain, & Kelly, Kieran (2009). New Media: A Critical Introduction. 10.4324/9780203884829.

Lopes, A. D. S. (2008). Novos media e domesticação. In CONGRESSO SOPCOM, 5º: Comunicação e Cidadania (pp. 1436-1441). Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade/Universidade do Minho.

Marques, Â. C. S., & Rocha, S. M. (2006). A produção de sentidos nos contextos de recepção: em foco o grupo focal. Revista Fronteiras, 8(1), 38-53.

Martins, G., & Paiva, R. (2023). Favela da Maré: a comunicação comunitária como geradora de mudança social. RUA, 29(1), 97-109.

Marx, K. (1867). Das Kapital: kritik der politishen ekonomie. Dietz.

McCombs, M.E., & Shaw, D.L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. Oxford University Press.

- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Meirelles, R., & Athayde, C. (2014). *Um país chamado favela*. São Paulo: Editora Gente.
- Miller, K. (2005). *Communications theories: Perspectives, processes, and contexts*. McGrawHill, New York.
- Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2009). Growing up with television: cultivation.
- Moser, C. (2004). Urban violence and insecurity: An introductory roadmap. *Environment & Urbanization*, 16, 1-16.
- Nelli Feroci, G. (s.d.). Disuguaglianze Economiche e Sociali. La Grande Sfida per la democrazia in America Latina. Cespi.it. <https://www.cespi.it/it/eventi-attualita/dibattiti/america-latina-que-pasa/disuguaglianze-economiche-sociali-la-grande-sfida>.
- Nemer, D. (2015). Online favela: the use of social media by the marginalized in Brazil. *Information Technology for Development*, 1-26.
- Nemer, D., & Freeman, G. (2015). Empowering the Marginalized: Rethinking Selfies in the Slums of Brazil. *International Journal of Communication*, 9, 1832-1847.
- Nemer, D., & Freeman, G. (2015). Empowering the Marginalized: Rethinking Selfies in the Slums of Brazil. *International Journal of Communication*, 9, 1832-1847.
- Noelle Neumann, E. (1983). The Effect of Media-on-Media Effects. *Research. Journal of Communication*, 33(3), 157-165.
- Noëlle-Neumann, E. (1995). La espiral del silencio. *Opinión pública: nuestra piel social*. Paidós.
- Observatório de Favela de Rio de Janeiro (2009). O que é a favela, afinal? Rio de Janeiro, 2009, p. 21.
- Ormezzano, G., Potrich, C. M., Friedrichs, B., & Araldi, L. (2007). Cultura, consumo e estereótipos: significações de estudantes do curso de educação artística. *FAMECOS*, Porto Alegre, 32, 118-125.



Paiva, R. (2004). Estratégias de Comunicação e Comunidade Gerativa. In C. Peruzzo (Ed.), *Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical da América Latina* (pp. xx-xx). Angellara Editora.

Pandolfi, D., & Grynspan, M. (2003). *A favela fala*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.

Peters, B. (2009). "And Lead Us Not Into Thinking the New is New: A Bibliographic Case for New Media History," *New Media e Society*, 11(1-2), 13-30.

Phelan, J. C., Link, B. G., & Dovidio, J. F. (2008). Stigma and discrimination: one animal or two? *Social Science & Medicine*, 67, 358-367.

Ramasubramanian, S., & Murphy, C. (2014). Experimental studies of media stereotyping effects. In M. Webster & J. Sell (Eds.), *Laboratory experiments in the social sciences*. Elsevier.

Ramos, S., & Musumeci, L. (2005). *Elemento suspeito: abordagem policial e estereótipos na cidade do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Ramos, S., & Paiva, A. (2007). *Mídia e violência: novas tendências na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil*. Rio de Janeiro: IUPERJ.

Rappaport, J. (1987). Terms of empowerment/exemplars of prevention: Toward a theory for community psychology. *American Journal of Community Psychology*, 15(2), 121-144.

Rezende, G. (2000). *Telejornalismo no Brasil – um perfil editorial*. São Paulo: Summus.

Riva, G. (2012). *Psicologia dei nuovi media*. Bologna: Il Mulino.

Rodrigues, F., & Orlandi, E. (2010). Unveiling in the Rio's hills: new discourse meanings in reporting-books. *Via Litterae*, 2(2), 401-415.

Ruff, R., Ng, J., Jean-Louis, G., Elbel, B., Chaix, B., Duncan, D. (2018). Neighborhood stigma and sleep: findings from a pilot study of low-income housing residents in New York City. *Behav. Med.*, 44, 48–53. <https://doi.org/10.1080/08964289.2016.1203754>.

Said, E. (1990). *Orientalismo: o oriente como invenção do ocidente*. São Paulo: Companhia das Letras.

Salmon, C. T., & Glynn, C. J. (2009). Spiral of silence: communication and public opinion as social control. In D. W. Stacks & M. B. Salwen (Eds.), *An integrated approach to communication theory and research* (2nd ed., pp. 153-168). Routledge.

Scherer-Warren, I., & Lüchmann, L. H. H. (2004). Situando o debate sobre movimentos sociais e sociedade civil no Brasil—Introdução. *Política & Sociedade*, 3(5), 13-36.

Signorielli, N., & Morgan, M. (2009). Cultivation analysis: research and practice. In...

Snyder, M. (1981). On the self-perpetuating nature of social stereotypes. In D. L. Hamilton (Ed.), *Cognitive processes in stereotyping and intergroup behavior* (pp. 183-212). LEA.

Soares, L. E. (2000). *Meu casaco de general: 500 dias no front da segurança pública no Rio de Janeiro*. São Paulo: Companhia das Letras.

Solt, F. (2016). The Standardized World Income Inequality Database, *Social Science Quarterly*.

Souza, M. J. L. (1996). As drogas e a “questão urbana” no Brasil. A dinâmica sócio-espaial nas cidades brasileiras sob a influência do tráfico de tóxicos. In I. E. Castro, P. C. da Costa Gomes, & R. L. Corrêa (Eds.), *Brasil: questões atuais da reorganização do território* (pp. 420-468). Bertrand Brasil.

Sproule, J. M. (1994). *Channels of Propaganda*. Bowling Green State University Popular Press.

Stacks, D. W., & Salwen, M. B. (Eds.). (2009). *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* (2nd ed.). Routledge.

Stefani, S. (2021). Favelas e asfalto: disuguaglianze e lotte a Rio de Janeiro. *Favelas e asfalto*, 1-214.

Tabuchi, T., Fukuhara, H., & Iso, H. (2012). Geographically-based discrimination is a social determinant of mental health in a deprived or stigmatized area in Japan: a cross-sectional study. *Soc. Sci. Med.*, 75, 1015–1021. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2012.04.030>.

Taddicken, M. (2016). The People’s Choice. How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign: von Paul Felix Lazarsfeld, Bernard Berelson und Hazel Gaudet (1944). In *Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung* (pp. 25-36).

- Tajfel, H. (1974). Social identity and intergroup behavior. *Social Science Information*, 13.
- Traquina, N. (1995). O paradigma do agenda-setting: Redescoberta do poder do jornalismo. *Revista Comunicação e Linguagens*, 21-22.
- UN-Habitat. (2003). *The Challenge of Slums. Global Report on Human Settlements 2003*. Earthscan.
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2015). *World Urbanization Prospects: The 2014 Revision, (ST/ESA/SER.A/366)*.
- Ventura, Z. (1994). *Cidade Partida*. Companhia das Letras.
- Voci, A., & Pagotto, L. (2010). *Il pregiudizio*. Laterza.
- Wacquant, L. (2001). *Os Condenados da Cidade. Estudos sobre marginalidade avançada*. Revan/FASE.
- Wacquant, L. (2006). *A estigmatização territorial na idade da marginalidade avançada*. *Sociologia*, XI.
- Wacquant, L. (2007). *Territorial Stigmatization in the Age of Advanced Marginality*. *Thesis Eleven*, 91(1), 66-77.
- Wacquant, L. (2008). *Decivilizzazione e demonizzazione. Il rifacimento del ghetto nero in America*. *Antropologia*, 9-10, 83-112.
- Wacquant, L. (2009). *Punishing the Poor: The Neoliberal Government of Social Insecurity*. Duke University Press.
- Wallenfeldt, J. (2023). *Favela*. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/favela>
- Waugh, D., Clutton, E., Morris, S., Murray, P., & Smith, J. (2000). *Geography: An integrated approach (3rd ed.)*. Walton-on-Thames, United Kingdom.
- Winton, A. (2004). *Urban violence: a guide to the literature*. *Environment & Urbanization*, 16, 165-184.

Wolton, D. (2006). Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão. Ática.

Zaluar, A. (1998). Crime, medo e política. In A. Zaluar & M. Alvito (Eds.), Um século de favela (pp. 209-232). Rio de Janeiro: FGV.

Zaluar, A., & Alvito, M. (2006). Um século de favela (5th ed.). Fundação Getúlio Vargas Editora.

Zanetti, D. (2008). Crônicas Urbanas: ficção, realidade e reconhecimento em narrativas do cotidiano. In Colóquio em Imagem e Sociabilidade, 1.