

# **UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA**

**Dipartimenti di Scienze Politiche e Sociali, Giurisprudenza, Ingegneria Industriale e  
dell'Informazione, Scienze Economiche e Aziendali, Studi Umanistici**

**Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Digitale**



## **LA COMUNICAZIONE DEI SOCIAL MEDIA SUL FENOMENO MIGRATORIO**

**Relatore:**

**Chiar.mo Prof. Guido LEGNANTE**

**Correlatore:**

**Prof. Flavio CHIAPPONI**

**Tesi di laurea di:**

**Laura MAGRI**

**Matricola: 501368**

**Anno Accademico 2023/2024**

*A chi c'è sempre stato.*

*A chi se né andato.*

*A chi ha creduto in me dall'inizio  
fino alla fine.*



## Indice

Introduzione.....	5
CAPITOLO 1: Strategie di comunicazione dell’immigrazione .....	8
1.1 Contestualizzazione dell’importanza della comunicazione nell’affrontare il tema dell’immigrazione.....	10
1.2 Meme: satira o formazione dell’opinione pubblica?.....	13
1.3 Storytelling e narrazioni sull’immigrazione.....	18
1.3.1 Hate speech e social media: una relazione che si fa sempre più seria .....	23
1.3.2 L’hate speech dei politici online .....	27
CAPITOLO 2: Effetti delle strategie di comunicazione sull’opinione pubblica .	31
2.1 Connessione tra opinione pubblica e politiche migratorie .....	33
2.2 Impatto delle strategie di comunicazione sull’indirizzo dell’opinione pubblica: il ritratto criminale dell’immigrazione .....	37
2.2.1 Social Media e immigrazione ai tempi del Covid – 19 .....	42
2.3 Le Fake News nell’era digitale.....	45
2.3.1 Sociale e identità: l’impatto delle fake news sulla percezione dell’identità degli immigrati.....	50
2.3.2 Disinformazione e discriminazione: l’impatto delle fake news sui diritti umani.....	54
CAPITOLO 3: Gli effetti delle strategie di comunicazione sulle politiche migratorie.....	58
3.1 Processo decisionale politico: come si (de)legittima il discorso migratorio durante la pandemia da Covid – 19 in Italia.....	59
3.1.1 Echo chambers: come gli algoritmi influenzano il nostro pensiero .....	64
3.1.2 La strategia social di Matteo Salvini: gli effetti di una comunicazione allarmistica.....	68
3.2 L’effetto delle politiche migratorie sull’integrazione dei migranti .....	72
3.3 Prospettive a lungo termine? .....	76
Conclusioni.....	80
Bibliografia.....	83
Sitografia .....	91



## Introduzione

L'immigrazione è uno dei temi più complessi e dibattuti dell'epoca contemporanea. Causata da fattori economici, politici o ambientali, essa sta rimodellando il panorama sociale di molte Nazioni. Volendomi allacciare alla tesi triennale, dal titolo "La Gestione dell'Immigrazione nell'Opinione Pubblica", in questa tesi magistrale ho voluto proporre un'analisi sulle strategie di comunicazione del fenomeno migratorio, analizzando diversi aspetti come: *storytelling*, *hate speech*, *fake news* e politiche migratorie del fenomeno. In questo contesto la comunicazione emerge come un elemento chiave che influenza sia le percezioni sociali, sia le decisioni politiche. Il modo in cui l'immigrazione viene presentata dai media tradizionali e dai *social media*, discussa dai leader politici e percepita dal pubblico, ha un impatto profondo sulle risposte collettive e le politiche adottate.

Nel primo capitolo evidenzio l'importanza cruciale della comunicazione sul fenomeno migratorio sulle piattaforme digitali. La comunicazione non è semplicemente un veicolo di informazione, ma ha anche il potere di creare comprensione o fomentare divisioni. *Meme*, *storytelling* e *hate speech* sono tutte strategie utilizzate dai social media e leader politici per la diffusione di informazioni sull'immigrazione. I *meme*, una forma popolare di espressione su Internet, hanno un ruolo ambivalente: da un lato possono servire come strumenti di satira e umorismo, dall'altro hanno la capacità di influenzare o distorcere l'opinione pubblica. Lo *storytelling* è una potente tecnica che permette di analizzare le statistiche e raccontare le esperienze personali dei migranti. I *social media*, con la loro capacità di diffondere rapidamente i contenuti, hanno amplificato il fenomeno dell'*hate speech*, ovvero i discorsi di incitamento all'odio che spesso prendono di mira i migranti. I politici, con la loro visibilità e influenza, possono avere un ruolo significativo nella diffusione dei discorsi d'odio, in quanto

utilizzano i *social network* per promuovere retoriche divisive sul tema, facilitando un effetto negativo che si ripercuote sia sui migranti, sia sull'opinione pubblica.

Il secondo capitolo si concentra sull'impatto delle strategie di comunicazione dell'immigrazione sull'opinione pubblica con un focus sul legame tra il pubblico e le politiche migratorie e le *fake news*. La percezione pubblica dell'immigrazione può determinare la direzione delle politiche adottate dai governi e il proliferare o meno di *fake news*. Le rappresentazioni mediatiche dell'immigrazione spesso dipingono i migranti in una luce negativa, associandoli a fenomeni di criminalità e al disordine. La pandemia da Covid – 19 ha intensificato le tensioni legate all'immigrazione e i *social media* sono diventati un campo cruciale per la diffusione di informazioni e disinformazione. Nell'era digitale, le *fake news* rappresentano una sfida significativa alla formazione di un'opinione pubblica informata, perché possono distorcere le percezioni e alimentare pregiudizi e discriminazioni; ma non distorcono solo i fatti, influenzano anche la percezione dell'identità dei migranti e violare i diritti umani creando un clima sociale ostile.

Nel terzo e ultimo capitolo mi sono concentrata sull'impatto delle strategie di comunicazione sulle politiche migratorie adottate o che verranno adottate in futuro, focalizzandomi sul fenomeno delle *echo chambers*, sulla comunicazione social di Matteo Salvini e sulle nuove prospettive. Gli algoritmi dei social media tendono a creare delle "camere d'eco" in cui gli utenti sono esposti principalmente a contenuti che confermano le loro opinioni esistenti: le *echo chambers* influenzano la percezione e il discorso politico, limitando il confronto con punti di vista diversi. Il leader della Lega, Matteo Salvini, è noto per la sua strategia comunicativa aggressiva sui *social network*, spesso focalizzata su messaggi di paura e divisione dei suoi *followers* ed elettori. Le politiche migratorie influenzano anche come i migranti possano inserirsi e integrarsi nella società ospitante; le decisioni delle politiche modellate da specifiche strategie di comunicazione possono facilitare oppure ostacolare il processo di integrazione. Infine, prendo in considerazione le prospettive a lungo termine delle politiche migratorie e i nuovi

paradigmi politici che potrebbero emergere come risultato delle strategie di comunicazione attuali.

Questa tesi offre una panoramica dettagliata su come la comunicazione influenza profondamente sia l'opinione pubblica, sia le politiche migratorie. Attraverso un'analisi articolata dei diversi aspetti della comunicazione, dei media e delle narrative politiche, l'obiettivo è fornire una comprensione più profonda dei meccanismi che modellano le nostre percezioni e le risposte politiche sull'immigrazione.

## **CAPITOLO 1: Strategie di comunicazione dell'immigrazione**

L'immigrazione è uno dei temi più rilevanti e complessi del dibattito pubblico odierno. In un mondo sempre più interconnesso, i movimenti migratori influenzano profondamente la demografia, l'economia e le dinamiche socioculturali delle Nazioni ospitanti. Al centro di questo fenomeno vi è la comunicazione, un fattore cruciale per comprendere e affrontare le sfide legate all'immigrazione. Questo primo capitolo esplora le strategie di comunicazione sull'immigrazione, analizzando come il discorso pubblico e le narrazioni su questo tema vengono costruiti, percepiti e anche manipolati.

Per valutare l'importanza della comunicazione sul fenomeno dell'immigrazione, è fondamentale partire dalla comprensione del fenomeno stesso. Negli ultimi decenni, l'immigrazione, soprattutto quella clandestina, è diventata un tema centrale nelle discussioni politiche e sociali. I flussi migratori, motivati da conflitti, cambiamenti climatici, crisi economiche o, più semplicemente, dalla ricerca di migliori opportunità di vita, presentano sia sfide che opportunità per le società che accolgono i migranti.

In questo contesto, la comunicazione è fondamentale: non solo informa il pubblico, ma modella anche le percezioni e le attitudini verso i migranti. I media, sia tradizionali che digitali, le dichiarazioni politiche e le discussioni tra cittadini contribuiscono a creare una narrativa collettiva sull'immigrazione. Questa narrativa può influenzare le politiche, promuovere la solidarietà oppure, al contrario, alimentare divisioni e pregiudizi. Quindi, esaminare come viene gestita la comunicazione sull'immigrazione è cruciale per comprendere la complessità di questo fenomeno.

Nel panorama mediatico moderno i meme rivestono un ruolo sorprendentemente rilevante. Queste immagini, spesso caratterizzate da un tono satirico o umoristico, sono diventati potenti strumenti di espressione e diffusione

di idee. La loro semplicità e capacità di catturare l'attenzione li rendono particolarmente efficaci nella comunicazione digitale. Però, i meme sono semplicemente veicoli di satira o possono realmente influenzare l'opinione pubblica? È importante capire il doppio ruolo dei meme, evidenziando come possano fungere sia da strumenti di intrattenimento sia da potenti mezzi per influenzare le percezioni collettive.

L'immigrazione è spesso raccontata attraverso storie di sofferenza, speranza e resilienza. Raccontare storie è uno degli strumenti più antichi e potenti per condividere esperienze e trasmettere valori. In questo contesto, lo *storytelling* assume un ruolo centrale: le narrazioni, veicolate dai media, dalle esperienze personali dei migranti o dalle rappresentazioni cinematografiche, contribuiscono a formare un'immagine dell'immigrazione che può avere un impatto profondo sull'opinione pubblica e sulle politiche.

I *social media* sono diventati piattaforme fondamentali per la comunicazione e la diffusione di idee. Tuttavia, rappresentano anche un ambiente fertile la proliferazione del discorso di odio, in particolare riguardo all'immigrazione. L'anonimato e la velocità con cui i contenuti possono essere condivisi sui *social network* facilitano la diffusione di messaggi d'odio diretti contro i migranti. I leader politici e i rappresentanti pubblici hanno un'influenza significativa sulla formazione dell'opinione pubblica. Quando utilizzano i social media per promuovere messaggi divisivi o discriminatori sull'immigrazione, l'impatto può essere devastante.

La comunicazione sull'immigrazione è un campo complesso e dinamico dove le parole e immagini hanno il potere di costruire ponti o alzare barriere. Nell'era digitale, dove i messaggi possono diffondersi con una rapidità senza precedenti, la capacità di comprendere e gestire queste dinamiche comunicative è più cruciale che mai.

## **1.1 Contestualizzazione dell'importanza della comunicazione nell'affrontare il tema dell'immigrazione**

Dato l'utilizzo sempre più esteso delle tecnologie digitali in tutti gli ambiti delle nostre società, risulta essere interessante analizzare in che modo il processo di digitalizzazione influenzi fenomeni complessi come quello migratorio. L'ampia diffusione delle tecnologie digitali e della popolazione digitale, ovvero delle persone in grado di accedere e utilizzare tali strumenti, presenta opportunità e vantaggi poiché genera stimoli utili per gli individui che intendono intraprendere un percorso migratorio e fornisce nuovi strumenti agli Stati impegnati nel controllo delle frontiere. È possibile, perciò, indagare il ruolo che i social media hanno nei confronti delle esperienze migratorie<sup>1</sup>.

La vastità del fenomeno migratorio verso l'Europa ha inevitabilmente investito esponenzialmente anche l'arena mediatica e così, oltre alla fisiologica funzione dell'informazione nel guidare gli stessi flussi migratori o alle dinamiche comunicative che si sviluppano nel panorama politico-istituzionale che a vari livelli regola la cooperazione internazionale, la funzione della comunicazione interculturale gioca un ruolo strategico. Le notizie che si creano e si diffondono nella rete impongono semplificazioni, immagini e considerazioni che nell'essere condivise con impreparazione ed automatismo seminano pregiudizi, si sedimentano nella collettività ed amplificano pericolosi sentimenti di intolleranza. Ma quando le parole e le immagini, più che espressione di libertà e pensiero, diventano veicoli di ostilità e generatori di hate speech e quando la tematica è relativa all'accoglienza e all'integrazione multiculturale, il tema travalica l'importanza della comunicazione corretta e diventa una questione di diritti umani<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> <https://mondointernazionale.org/focus-allegati/limpatto-della-digitalizzazione-sui-processi-migratori-tra-rischi-e-opportunità>

<sup>2</sup> Girasella E. "Fenomeno migratorio: Le sfide della comunicazione interculturale", Humanities, 2017.

L'importanza di veicolare una corretta informazione, e di valorizzare così la funzione della comunicazione per l'integrazione multiculturale, è una sfida resa ancora più impegnativa sul terreno dei social media.

*“I think that social media has more power than the money they spent, and I think maybe to a certain extent, I proved that” –*

Donald Trump

Si può utilizzare la dichiarazione a caldo post elezione dell'ex Presidente degli Stati Uniti per dare un senso a ciò che noi possiamo definire potere della comunicazione social. Del resto, internet non può non essere considerato come il mass media globale per definizione e, richiamando Bauman, considerarlo come il vero “sesto potere”<sup>3</sup>. Non è necessario entrare nel dettaglio delle statistiche di utilizzo di internet in Italia per immaginarne la portata. La facilità di accesso ai contenuti disponibili in rete e la facilità di utilizzo in prima persona di tutti gli strumenti che le nuove tecnologie mettono a disposizione, è dettata dalla sempre maggiore semplicità di connessione attraverso i propri dispositivi. Un dato, tratto dal Global Web Index, sottolinea che l'utente medio spende online, mediamente, 2 ore e 19 minuti usando piattaforme social ogni giorno<sup>4</sup>.

L'impatto della comunicazione social investe un bacino sconfinato e, d'altro canto, l'utilizzo dei social media è sempre più diffuso anche da parte dei giornalisti e ciò comporta una modifica di pratiche e valori professionali, in quanto i giornalisti acquisirebbero modi più complessi di riportare e comprendere ciò che accade<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Bauman Z., Lyon D. “Sesto potere. La sorveglianza nella modernità liquida”, Laterza, 2014.

<sup>4</sup> <https://www.gwi.com/reports/social>

<sup>5</sup> Farhi P. “The Twitter Explosion”, American Journalism Review, 2009.

Il potere dei *social* nel contesto della comunicazione interculturale comporta pertanto la necessità di arginare improprie strumentalizzazioni oltre che riuscire a fissare le giuste distanze da quel mondo in continua espansione fatto di post verità ed *hate speech*. Il tag immigrazione sui *social network* è condizionato e condizionante.

*“Di Maio rivela: ONG pagate per salvare solo migranti che votano PD” – Lercio.it*

*“A loro tutti i diritti. Nascono i corsi per italiani che vogliono diventare migranti clandestini” – Lercio.it*

Ciò lo dimostra l’esperienza: basta fare una rapida ricerca sul proprio *social network* preferito per imbattersi in utenti virtuali che condividono, oppure commentano, una delle notizie sopra citate, prima di scoprire che in realtà sono solo frutto di manipolazioni satiriche. Nei casi proposti, si tratta di “Lercio.it”<sup>6</sup>, uno dei portali più diffusi che propone satira e parodia dell’informazione sensazionalistica e “acchiappaclick”. Nella sua immediata genialità è paradossalmente utile per avere un riscontro pratico circa le dinamiche che scattano in rete grazie al potere della condivisione.

La comunicazione satirica ha anche il sapore dissacrante della tragedia, funzionale alla messa alla berlina di quanti osano mettere in discussione il valore universale della vita, dell’uguaglianza e dell’integrazione. Purtroppo, c’è chi non coglie l’aspetto sarcastico e sviluppa un’intensa attività social fatta di commenti e condivisioni, con effetti di comunicazione multiculturale nefasti.

---

<sup>6</sup> <https://www.lercio.it/>

Gli strumenti d'interazione diventano leva capace di far emergere sentimenti di intolleranza e vero e proprio odio, ed il loro utilizzo sprezzante amplifica esempi di comunicazione distorta da cui non è sempre facile difendersi.

Il pregiudizio sui migranti oggi diventa ideologia predominante, insita nel sistema sociale e piegata alle logiche economico-politiche sottese al nostro sistema democratico. Il ragionamento proposto porta ad una conclusione legata alla necessità di considerare nell'agenda politica come prioritaria l'esigenza di affermare l'uguaglianza dei diritti nel rispetto delle differenze e di lotta culturale i pregiudizi razzisti come valore fondante della società contemporanea, ed in relazione a questa missione la comunicazione interculturale gioca il ruolo decisivo.

Il binomio tra nuove tecnologie e bisogno di relazionarsi si è evoluto. L'utilizzo di Internet stesso muta da arena utile alla ricerca di informazioni a spazio di condivisione ed attiva partecipazione. In questo contesto, l'elaborazione dei contenuti personali, in grado di raggiungere velocemente tutti, genera un flusso comunicativo imprevedibile e destinato a divenire sempre più travolgente. Viviamo in un mondo in cui ciascun individuo può potenzialmente esprimersi come persona più che in passato; tuttavia, ciò non aiuta ancora a riconoscere "gli altri" proprio come persone, non aiuta a liberarsi dalle categorie concettuali che la comunicazione interculturale ha l'arduo compito di scalfire, a poco a poco di distruggere<sup>7</sup>.

## **1.2 Meme: satira o formazione dell'opinione pubblica?**

Parte del fascino della comunicazione deriva dal suo studio negli anni, da quando si è iniziato ad interrogarsi su come funzionasse la comunicazione singola tra individui, passando per la nascita dei *media* di massa, fino al giorno d'oggi in

---

<sup>7</sup> Girasella E. "Fenomeno migratorio: Le sfide della comunicazione interculturale", Humanities, 2017.

cui Internet e i *social media* dominano la discussione. Fa riflettere il fatto che siamo passati dal considerare i mezzi di comunicazione di massa come uno strumento utilizzato dalle élite di potere per manipolare le folle, a vedere invece come qualche migliaio di persone twittando dei meme siano in grado di influenzare le decisioni di compagnie miliardarie<sup>8</sup>. I meme ci circondano, chiunque abbia una connessione a Internet ne è esposto quotidianamente; a volte sono ciò che ci tiene informati su quello che accade nel mondo e ormai è quasi impossibile pensare ad un importante avvenimento politico o culturale che non susciti l'esigenza di commentarlo, giudicarlo, oppure, parodiarlo. Profili, gruppi, pagine e forum dedicati ai meme sono vastissimi ogni giorno e gli utenti dietro ad essi ormai riescono a guadagnarci da vivere, tanto da rendere la gestione e la moderazione di questi siti il loro lavoro a tempo pieno<sup>9</sup>.

Il termine meme (dal greco *mimema*, ovvero “qualcosa che è imitato”) è stato coniato da Richard Dawkins nel 1976, quando, nel suo libro “*Il Gene Egoista*”, definisce il concetto come piccola unità auto – propagantesi di evoluzione culturale che si propaga tra le persone per copie ed imitazioni<sup>10</sup>. Il termine ebbe subito un vasto successo e iniziò ad essere usato in psicologia, biologia e filosofia tanto da portare alla nascita di una nuova branca: la *memetica*, descritta poi come la scienza teorica che studia la riproduzione, la diffusione e l'evoluzione dei memi<sup>11</sup>. Mentre la *memetica* si fa strada nelle discussioni dotte tra professori e letterati, il concetto di meme inizia ad insinuarsi su Internet. Il primo utilizzo delle parole Internet meme viene attribuito a Mike Godwin nel suo articolo “*Meme, Counter – Meme*”, in cui il giornalista parla del *Nazi – Comparison Meme*, ovvero la tendenza delle discussioni online a sfociare spesso in paragoni con il nazismo<sup>12</sup>. In tempi più recenti lo studio degli Internet meme ha incominciato ad essere parte della discussione scientifica per la loro capacità di riflettere alcune strutture

---

<sup>8</sup> C. Wright Mills “The Power Elite”, New York: Oxford University Press, 1956.

<sup>9</sup> Milner R. “The world made meme”, Cambridge, MIT Press, 2016.

<sup>10</sup> Dawkins R. “The Selfish Gene”, Oxford, Oxford University Press, 1976.

<sup>11</sup> Meyers R.A. “Encyclopedia of Complexity and Systems Science”, New York, Springer New York, 2009.

<sup>12</sup> Godwin M. “Meme, Counter – Meme”, 1994.

socioculturali contemporanee, al punto da poter essere visti come folklore postmoderno all'interno del quale vengono condivisi norme e valori tramite artefatti culturali, la cosa che più si avvicina ad essere una cultura nativa di Internet<sup>13</sup>. La definizione più completa sul fenomeno degli Internet meme è quella data da Shifman che li descrive come un gruppo di elementi digitali che condividono caratteristiche comuni di contenuto, forma e/o posizione, sono stati creati con la consapevolezza gli uni degli altri e sono stati messi in circolo, imitati e trasformati attraverso Internet da diversi utenti<sup>14</sup>.

La pluriennale esperienza di ricerca italiana e la letteratura internazionale mostrano una rappresentazione dei fenomeni migratori articolata intorno ad alcune interpretazioni consolidate, un repertorio di immagini ricorrenti e rappresentazioni iconiche dello straniero, prevalentemente visto come “diverso”, “estraneo”, “nemico”. In generale è una consolidata evidenza scientifica che rappresentazioni sociali e mediali esercitino maggiore potere nell'incorniciare gli eventi, tanto da chiarirne la responsabilità e l'insieme di metafore e sentimenti ad esse connesse. L'immigrazione è con poche eccezioni presentato come un'emergenza e un problema da risolvere. Nel discorso pubblico, la prima minaccia posta dall'immigrazione è rappresentata dall'ingresso delle persone nel suolo patrio, uno spazio simbolico, un territorio socialmente costruito e percepito come “nostro”. Sin dall'inizio degli anni Novanta il fenomeno migratorio è stato vissuto, da larga parte della popolazione italiana, e da ricorrenti narrazioni giornalistiche, come incerto, oscuro e inquietante. L'immaginario come larga parte del sistema dei media svolge la duplice funzione di mostrare, far esprimere tensioni e conflitti, ma al contempo di limitare l'immaginazione, indirizzarla e cristallizzandola in “grandi blocchi di significato”<sup>15</sup>.

---

<sup>13</sup> McNeill L. “The End of the Internet: A Folk Response to the Provision of Infinite Choice”, 2009.

<sup>14</sup> Shifman L. “Memes in Digital Culture”, Cambridge, The MIT Press, 2014.

<sup>15</sup> Binotto M., Bruno M. “Confini e nemici. Immaginario e frame delle migrazioni nel discorso pubblico italiano”, *Hermes Journal of Communication*.

## Ricerca rivela: i migranti potrebbero essere persone

Stefano Pisani · Luglio 1, 2015



Figura 1: articolo satirico, ricondiviso su Facebook, "Ricerca rivela: i migranti potrebbero essere persone" – fonte: Lercio.it



Figura 2: post satirico, pubblicato su Instagram, "Agricoltura. Immigrati saranno regolarizzati nelle ore di lavoro e torneranno clandestini ogni sera" – fonte: Lercio.it

I meme sono ormai parte integrante del panorama dei social media. Queste creazioni digitali, apparentemente semplici ed innocue, hanno un enorme potenziale, poiché attraverso il canale dell'ironia e della satira possono svolgere una rilevante funzione di comunicazione politica e propaganda. Nonostante siano ormai divenuti uno dei modi in cui i fatti della nostra società vengono commentati, sol recentemente si è iniziato a prenderli sul serio, come sintomi di una più generale trasformazione dei modi in cui l'opinione pubblica si forma. Appare opportuno soffermarsi sui significati che veicolano, al di là delle risate, più o meno amare, che suscitano, come espressione di una "cittadinanza sciocca" che attribuisce al cittadino digitale il potere di esaminare questioni altrimenti difficilmente accessibili.

I meme sono capaci di diffondere in tempi rapidissimi una narrazione collettiva, grazie al coinvolgimento di moltissime persone contemporaneamente. Hanno il potere di propagarsi trasversalmente tra contesti e attori sociali, celebrità e cittadini comuni, veicolando ideologie, critiche, proteste, messaggi di propaganda, o promozionali, spesso ammantati di un velo di satira e nonsense che ne favorisce la circolazione. La semplificazione tecnologica, nei fatti, ha reso possibile per chiunque partecipare ai flussi comunicativi "memetici" come creatori di contenuti (*creators*), sia attraverso l'uso di applicazioni già predisposte, dotate di cataloghi con "basi memetiche" tra cui scegliere e a cui aggiungere le proprie battute, sia con la loro semplice condivisione nelle piattaforme digitali.

La particolarità di questa produzione è che i meme non si limitano solo alle piattaforme digitali, ma quando diventano virali non possono più essere ignorati dai media tradizionali e dal sistema politico, obbligandoli in qualche modo a farsi carico di istanze che talvolta nascono e si sviluppano dal basso, dalla spinta dei cittadini uniti grazie all'infrastruttura tecnologica, e che si spostano talvolta anche offline<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> <https://www.morningfuture.com/it/2023/07/31/meme-satira-opinione-pubblica/>

### 1.3 Storytelling e narrazioni sull'immigrazione

I fenomeni migratori sono parte essenziale della storia dell'umanità. Le migrazioni di massa, ancor più se gestite male o non gestite affatto, possono comportare problemi di difficile risoluzione. La rilevanza del fenomeno migratorio verso l'Europa è diventata tema di forte impatto e polarizzazione politica, investendo esponenzialmente anche l'area mediatica. In questo scenario l'informazione affronta sfide peculiari quando circola sui media, poiché le notizie impongono semplificazioni, immagini e considerazioni che, quando entrano in relazione con fenomeni di ostilità e *hatespeech* relativi all'accoglienza e all'integrazione, multiculturale, possono amplificare opinioni pregiudiziali<sup>17</sup>. In questo sotto capitolo l'obiettivo è comprendere la relazione esistente fra le diverse tipologie d'uso dei media e di esposizione alle news e l'immagine percepita dell'immigrazione in Italia.

Nel contesto della cosiddetta *imagocrazia*, le opinioni si formano su flussi di immagini, nel livellamento dei contenuti e nella sovrapposizione dei messaggi. Ne è un esempio la schizofrenia comunicativa con la quale viene trattata la questione migratoria, tra umanitarismo e allarmismo, accoglienza e rifiuto, apertura e chiusura, in un amalgama di ingredienti diversi e umori contrastanti<sup>18</sup>.

L'immigrazione, come fenomeno distintivo dello scenario contemporaneo, rappresenta una sfida rilevante per il sistema dei media, visti nella loro capacità di costruire rappresentazioni sociali e di indirizzare l'opinione pubblica. Per quanto le migrazioni costituiscano da sempre un fattore di grande importanza nella dinamica della popolazione mondiale, il dibattito sociale, politico ed economico risente di produzioni discorsive e visive più orientate a modellare i confini

---

<sup>17</sup> Girasella E. "Fenomeno migratorio: Le sfide della comunicazione interculturale", Humanities, 2017. Muller K. & Schwarz C. "Fanning the Flames of Hate: Social Media and Hate Crime", 2018.

<sup>18</sup> Bovalino G.N. "Imagocrazia. Miti, immaginari e politiche del tempo presente", Moltemi Editori, Milano, 2018.

dell'immaginario sociale e a rimarcare la distinzione tra “loro” e “noi”, che non a fornire indicazioni utili per sviluppare politiche di integrazione e cittadinanza<sup>19</sup>.

I migranti emergono nei media confinati all'interno dell'associazione stereotipizzante criminalità/immigrazione, che delimita i confini del campo rappresentativo e iconografico, costruendo e articolando il frame sicurezza<sup>20</sup>. Richiedenti asilo e rifugiati non sembrano subire esplicitamente questa distorsione, ma ciò va collegato al limitato numero di storie che li riguardano che trovano spazio nei media, in cui differenti tipologie e storie delle persone migranti si confondono e si diluiscono in immagini distinte<sup>21</sup>.

Nella società contemporanea non solo si sono modificate le tecnologie dell'informazione e della comunicazione, ma è cambiato il modo di adottarle e utilizzarle. Se fino a una ventina di anni fa era possibile ricostruire la composizione dei consumi mediali delle persone, poiché apparivano scanditi da tempistiche precise, oggi la pervasività dei media e il loro uso continuo rende complesso delineare i momenti in cui non si sia effettivamente esposti a qualche stimolo mediale. La pervasività dell'esposizione mediale e la molteplicità dei canali informativi includono tanto informazioni provenienti dal web, quanto notizie provenienti dai media *mainstream* e, soprattutto, dal canale televisivo.

Una significativa eccezione è rappresentata dalle notizie di stampo sensazionalistico, tanto più se associate a immagini di elevato impatto emozionale (le c.d. *foto-shock*). Un esempio è quello della foto, scattata a dicembre 2015, che ritrae su una litoranea il corpo senza vita del piccolo Aylan (Alan Kurdi): si tratta di un'immagine dal forte valore emotivo che, in brevissimo tempo, è diventata icona della tragicità della questione migratoria ed è stata in grado di dare luogo a un dibattito di respiro internazionale amplificato dal basso all'interno dei *social network*. Il fatto che alcuni eventi specifici, come quello rappresentato dalla foto

---

<sup>19</sup> Musarò P., Parmiggiani P. “Media e migrazioni: etica, estetica e politica della narrazione umanitaria”, Franco Angeli, Milano, 2014.

<sup>20</sup> Binotto M. “Invaders, Aliens and Criminals. Metaphors and Spaces in the Media Definition of Migration and Security Policies”, 2015.

<sup>21</sup> Bond E., Bonsaver G., Faloppa F. “Destination Italy: Representing Migration in Contemporary Media and Narrative”, Peter Lang, Oxford, pp. 31-58, 2015.

in oggetto, acquisisca un significato ed una visibilità globale enormemente più ampia di quella che solitamente viene attribuita al “macro-tema” del fenomeno migratorio, è un’attribuzione di senso che si attiva sulla base di un meccanismo socio-cognitivo-mediale secondo cui la morte di un bambino meriti una considerazione speciale anche rispetto al fatto che quasi tutti i migranti rischiano di perire nelle condizioni disumane del viaggio, e un numero inaccettabile di loro muoia realmente.

Nonostante la pervasività dei media digitali, emerge il ruolo prioritario delle agenzie di comunicazione e delle grandi testate giornalistiche che continuano ad avere un ruolo di cassa di risonanza e amplificazione dei contenuti che si attiva trasversalmente tra media tradizionali e online<sup>22</sup>.

In virtù della loro natura di essere limitati, gli esseri umani hanno la necessità di ricorrere a queste forme di semplificazione che rendono convenzionali oggetti, persone ed eventi tramite due processi: l’*oggettivizzazione*<sup>23</sup>, cioè la trasformazione dell’astratto in immagini concrete e l’*ancoraggio*<sup>24</sup>, cioè la riconduzione dall’estraneo a una categoria già nota e convenzionalizzata all’interno del sistema di conoscenze socialmente condivise. A favorire le funzioni di ancoraggio, sedimentazione e progressiva ossificazione delle storie sono soprattutto i media. Per “funzionare”, le immagini devono essere costantemente riprodotte e riattualizzate in narrazioni ripetute innumerevoli volte; spesso le versioni e i linguaggi sono diversi, ma gli elementi simbolici che ne costituiscono l’ossatura sono riconoscibili e condivisi<sup>25</sup>.

---

<sup>22</sup> Guido di Fraia, Elisabetta risi “Sbarchi Mediatici. Pratiche di consumo mediale e rappresentazioni socio – narrative del fenomeno migratorio”, pp. 103-104, 2018.

<sup>23</sup> Moscovici S. “Le rappresentazioni sociali. La costruzione della conoscenza. L’approccio europeo alla cognizione sociale”, Franco Angeli, Milano, pp. 57-60, 1989.

<sup>24</sup> Moscovici S. “Le rappresentazioni sociali. La costruzione della conoscenza. L’approccio europeo alla cognizione sociale”, Franco Angeli, Milano, pp. 46-47, 1989.

<sup>25</sup> Guido di Fraia, Elisabetta risi “Sbarchi Mediatici. Pratiche di consumo mediale e rappresentazioni socio – narrative del fenomeno migratorio”, pp. 105, 2018.

L'immigrato (che arriva genericamente dall'Africa, da paesi come Tunisia, Egitto, Libia e Siria) fugge per necessità da una situazione di guerra ed emergenza, racimolando il denaro per pagare il viaggio o lo scafista. Una volta arrivato in Italia, si sforza di imparare la lingua e trovare un lavoro, con il fondamentale supporto di associazioni e volontari, confrontandosi quotidianamente con gli ostacoli rappresentati dal multiculturalismo e dall'integrazione.

La traccia stabilizzata dagli eventi presente nelle narrazioni è desumibile dal titolo che viene attribuito ad esse: “*Viaggio della speranza*”, “*In cerca di fortuna*”, “*Verso una nuova vita*”. L'auspicio sembra essere orientato secondo una conclusione stereotipica di *happy ending* di derivazione narrativo-cinematografica, costituita dall'accoglienza e dall'inizio di una nuova vita nel Paese di approdo.

La rappresentazione socio-narrativa fa emergere la sua funzione di ponte tra le informazioni sui fatti sociali e le conoscenze dei soggetti, rispecchiando il tentativo di ancorare il fenomeno degli sbarchi a una raffigurazione cognitivamente accettabile, se non rassicurante, attraverso lo slittamento forzato del senso della storia dalla tragicità alla speranza<sup>26</sup>.

Questo aspetto viene evidenziato in alcune ricerche recenti sull'immaginario relativo al fenomeno migratorio, nelle quali si configura la strutturazione di un “discorso dominante”, associabile al modello della propagazione, caratterizzato da una certa “pressione verso l'uniformità” che integra oggetti socialmente rilevanti di rappresentazione di un quadro di concetti convergenti. Emerge l'effetto dell'agenda setting per cui gli argomenti a cui prestare attenzione e la rilevanza a loro attribuita deriva in gran parte da come e quanto i media vi puntano i riflettori<sup>27</sup>.

---

<sup>26</sup> Guido di Fraia, Elisabetta risi “Sbarchi Mediatici. Pratiche di consumo mediale e rappresentazioni socio – narrative del fenomeno migratorio”, pp. 106, 2018.

<sup>27</sup> Ruggiano F. “Il migrante immaginario: analisi di una rappresentazione sociale attraverso Twitter”, *Imago Journal*, 2016.

Nonostante la disponibilità pervasiva dei contenuti di tipo informativo, le conoscenze diffuse rispetto al fenomeno migratorio appaiono stereotipate e frutto di meccanismi di semplificazione cognitiva e di processi sociali di elaborazione collettiva della conoscenza sociale ben modellizzabili e coerenti con il modello delle rappresentazioni socio-narrative. Così, tra le infinite possibilità di rappresentazione e approfondimento, le costruzioni rappresentative semplificate e veicolate originariamente dai media tradizionali diventano stereotipiche del fenomeno migratorio nell'immaginario collettivo, confermando visioni pregiudiziali. La ricorsività di questi contenuti iconici di sintesi risulta in sintonia con i processi conseguenti le logiche di diffusione algoritmica tipica dei social media e delle *echo chamber*, in cui si tendono a proporre in serie agli utenti contenuti simili a quelli già fruiti, riproducendo, amplificando e confermando narrazioni e rappresentazioni della realtà precedenti<sup>28</sup>.

Ma l'aspetto probabilmente più interessante dell'immaginario relativo al fenomeno migratorio è riconducibile alle sue zone d'ombra, ai vuoti iconici e narrativi delle rappresentazioni socio-narrative. Il vuoto più significativo è quello relativo ai centri d'accoglienza e, più in generale, a tutto ciò che succede tra l'arrivo attraverso i barconi della speranza (immaginario di origine mediale) e la presenza più o meno integrata degli extra-comunitari<sup>29</sup>. Negli ultimi decenni si è imposto un discorso umanitario caratterizzato da rappresentazioni stereotipate delle persone in situazione d'emergenza: organizzazioni umanitarie promuovono campagne di raccolta fondi per le "vittime" usando produzioni discorsive che enfatizzano l'alterità, ponendo l'accento sulle distanze piuttosto che sulle prospettive di integrazione<sup>30</sup>.

---

<sup>28</sup> Guido di Fraia, Elisabetta risi "Sbarchi Mediatici. Pratiche di consumo mediale e rappresentazioni socio – narrative del fenomeno migratorio", pp. 114, 2018.

<sup>29</sup> Di Fraia G. "Storie con-fuse. Pensiero narrativo, sociologia e media", Franco Angeli, Milano, 2004.

<sup>30</sup> Musarò P., Parmiggiani P. "Media e migrazioni: etica, estetica e politica della narrazione umanitaria", Franco Angeli, Milano, 2014.

Il nuovo scenario comunicativo digitale, in teoria, dovrebbe offrire possibilità infinitamente maggiori di narrativizzazione e quindi presa di coscienza anche di questi aspetti del fenomeno. Il flusso ridotto di immagini relative a tali aspetti non risulta in grado di “nutrire” a sufficienza i canali digitali e di dare avvio ai meccanismi di rilancio e diffusione di questo genere di contenuti all’interno del web sociale, facendoli così rimanere fuori dagli elementi che contribuiscono alla costruzione della rappresentazione iconica del fenomeno migratorio. In altri termini, di ciò di cui i media non parlano, le persone non hanno immagini o storie.

In questo modo, questi stessi contenuti finiscono “risucchiati” in una spirale del silenzio trans-mediale, risultando quasi inesistenti nell’immaginario sull’immigrazione<sup>31</sup>.

### **1.3.1 Hate speech e social media: una relazione che si fa sempre più seria**

Negli ultimi anni l’immigrazione in Europa è diventata uno dei problemi più scottanti che affligge tutti i paesi europei, ma che colpisce l’Italia in modo particolare. Per la sua posizione geografica l’Italia è maggiormente esposta ai flussi migratori, specialmente per via marittima, e svolge dunque un ruolo primario nell’accoglienza dei migranti. Si ritiene di considerevole importanza lo studio dei modi in cui avviene la comunicazione sul tema dell’immigrazione, partendo dal presupposto che la lingua che usiamo non vada intesa come una semplice combinazione di lessico e grammatica, ma le sue funzioni vanno ben oltre: la rappresentazione linguistica influisce sui processi cognitivi e contribuisce a modellare la visione del mondo delle persone. Anche l’analisi del contesto sociale in cui avviene sia la produzione sia la ricezione del testo, cruciale in questo tipo di analisi, è particolarmente importante nel caso della tematica dell’immigrazione. Come sottolinea Norman Fairclough, lo studio del rapporto tra la società e la lingua

---

<sup>31</sup> Guido di Fraia, Elisabetta risi “Sbarchi Mediatici. Pratiche di consumo mediale e rappresentazioni socio – narrative del fenomeno migratorio”, pp. 114-115, 2018.

come se fossero due entità distinte è un approccio erraneo: la lingua è una pratica sociale e tutti i suoi usi sono socialmente condizionati e producono una serie di effetti sociali<sup>32</sup>. Il linguaggio non è soltanto uno strumento passivo nella propagazione di certe idee e credenze, ma è fondamentale per la sua capacità di provocare azioni. Di conseguenza, si può dire che la lingua è responsabile, almeno parzialmente, per la creazione e per la riproduzione delle ideologie e delle rappresentazioni (spesso stereotipate) del sé e degli altri<sup>33</sup>.

I *social media* costituiscono l'agorà moderna in cui si confrontano le idee, dando vita a una nuova versione dell'opinione pubblica, intesa in quanto un insieme di giudizi collettivi, un sistema di "immagini in base a cui agiscono gruppi di persone o individui che agiscono in nome di gruppi", per usare la definizione di Walter Lippmann. Le immagini di cui parla Lippmann costituiscono un ambiente invisibile, una fonte di conoscenze indirette che guidano le azioni delle persone e oggi giorno sono proprio i *social media* a generare e propagare queste immagini fra almeno una parte della società<sup>34</sup>.

In generale, il Web, che si caratterizza per la rapidità di trasmissione dei messaggi e garantisce un certo livello di anonimato, favorisce una comunicazione abbastanza specifica per quanto riguarda il livello di espressività, giudizi negativi e visioni stereotipate. John Suler propone il termine "*toxic disinhibition*" (disinibizione tossica), ovvero l'allentamento o l'abbandono di restrizioni sociali nella comunicazione online, la quale rende virtuale l'interlocutore e porta ai comportamenti verbali violenti, carichi di aggressività, volgarità e minacce<sup>35</sup>.

In via generale, si potrebbe definire l'*hate speech* un discorso finalizzato a promuovere odio nei confronti di certi individui o gruppi, impiegando epiteti che

---

<sup>32</sup> Fairlough, N. "*Critical discourse analysis: The critical study of language*" London, Routledge, 2013.

<sup>33</sup> Orrù P., "*Racist Discourse on Social Networks: a Discourse Analysis of Facebook Posts in Italy*", pp. 115, (2014).

<sup>34</sup> Milkowska K. - Samul, "*Il Discorso Anti - Immigrazione: Migranti, Immigrati, Profughi, Rifugiati, nei Social Media Italiani*", Università SWPS di Varsavia.

<sup>35</sup> Suler, J. "*The Online Disinhibition Effect*", *CyberPsychology & Behavior*, 2004.

denotano disprezzo nei loro confronti a causa della loro connotazione “razziale”, etnica, religiosa, culturale o di genere. L’hate speech può assumere varie forme e va inteso in un senso ampio, fino a includere qualsiasi elemento in grado di configurare una comunicazione espressiva, anche non verbale, che veicoli un messaggio d’odio nei confronti di un singolo o di un gruppo specifico<sup>36</sup>. Proprio negli ultimi anni, a causa del forte impatto della pressione migratoria, si è creato nell’opinione pubblica un corto circuito fra i temi dell’immigrazione, del terrorismo e dell’ordine pubblico che fa leva su una generale sensazione di paura e di insicurezza. I temi di particolare attualità si prestano, quindi, ad una facile speculazione che ingenera confusione e disinformazione. È noto che, all’interno di ogni società esistono immagini oggettive e immagini percepite. Eppure, quando si tratta di immigrati, ci si ferma soprattutto alla percezione<sup>37</sup>.

L’evoluzione dell’era digitale incentiva ulteriormente nuove forme di razzismo, dove non è sempre facile distinguere tra vittime e carnefici: chi è vittima di un certo tipo di discriminazione può essere, a sua volta, razzista verso altre categorie. Le forme più antiche di razzismo sopravvivono dappertutto, non sono mai scomparse e riemergono, puntualmente in politica e sui *social media*. Il ruolo del social viene spesso additato come un fattore importante nell’alimentare, legittimare e banalizzare un linguaggio violento e a volte premessa di azioni concrete: la facilità, la velocità e l’istantaneità del discorso d’odio e la creazione di sentimenti che vivono di questo, sono garantite dalle modalità comunicative proprie dei *social network*.

---

<sup>36</sup> Bortone R., Cerquozzi F. “*L’hate speech al tempo di internet*”, *Aggiornamenti Sociali*, 2017, pp. 819 – 820.

<sup>37</sup> V. Cotesta “*Sociologia dei conflitti etnici. Razzismo, immigrazione e società multiculturale*” Roma – Bari, 2009.

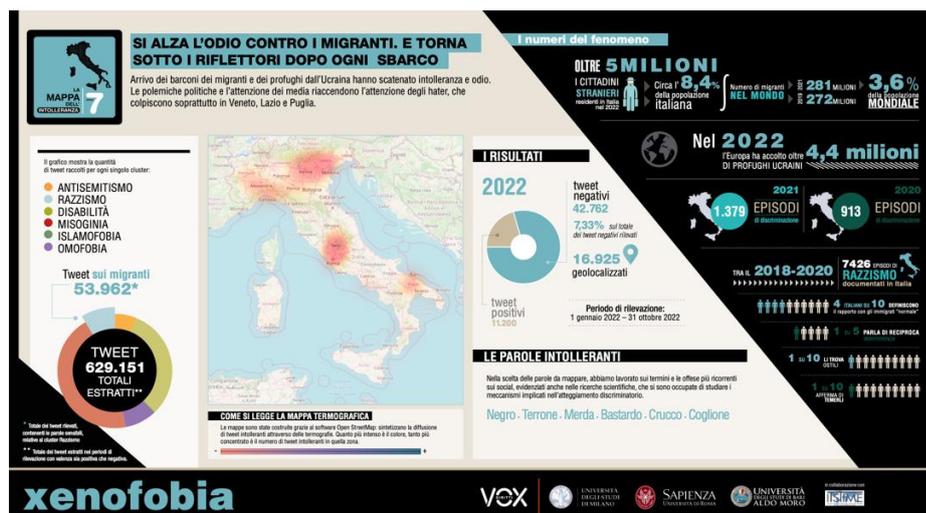


Figura 3: Mappa dell'Intolleranza, dell'Osservatorio Italiano sui Diritti, mostra i risultati al 2022 di tweet negativi contro i migranti. Fonte: VOX, Osservatorio Italiano sui Diritti.

L'espansione dell'hate speech vive anche della retorica della comunicazione libera, senza frontiere e senza limiti: qui possono diventare bersaglio d'odio proprio coloro che si oppongono a questa circolazione senza limiti del linguaggio discriminatorio e violento, come, ad esempio, il caso dell'antisemitismo in Francia, dove la comunità ebraica viene accusata di opporsi alla libera circolazione delle idee per proteggersi dagli sketch negazionisti di qualche comico; puntualmente questo genere di dibattiti sulla libertà di espressione finisce con l'incrementare ancora di più il discorso antisemita. I media sono uno strumento fondamentale nel processo di costruzione delle categorie mentali, ma si rivelano anche estremamente utili nel sostenere la retorica nazionalista "anti-immigrati", dunque la legittimazione delle discriminazioni<sup>38</sup>.

Il tema dell'immigrazione viene trattato prettamente come un problema da risolvere e come emergenza, più che come un fenomeno da analizzare e approfondire: il triangolo "criminalità – clandestinità – arrivo" riassume la percezione del fenomeno. Nella quotidianità, l'immigrato è discriminato come criminale, imputato di qualche delitto, protagonista della cronaca nera e i media

<sup>38</sup> Wiewiorka M. "Sul Razzismo", il Mulino, dicembre 2019, pp. 1011 - 1016.

contribuiscono a stabilire una connessione fra l'origine etnica, il fatto di essere stranieri e il comportamento criminale, quasi come se il solo fatto di essere migranti fosse sintomo di maggior propensione al crimine. L'immigrato, quindi, è presentato in maniera negativa e viene considerato, di volta in volta, extracomunitario, clandestino, etc. egli è associato ad episodi di anomia e devianza, facendo sì che nella comunicazione non siano presenti processi di integrazione, ma solo sentimenti d'odio, xenofobi e razzisti<sup>39</sup>.

### 1.3.2 L'hate speech dei politici online

Se la sfera pubblica è lo spazio in cui si forma l'opinione pubblica, in cui i privati individui discutono di temi di interesse pubblico, con l'arrivo e l'imporsi di Internet essa non è più popolata unicamente da soggetti istituzionali – come giornali, televisioni, editori, università e così via – ma anche da una moltitudine di soggetti individuali, non professionali, che diventano loro stessi una fonte. Ogni giorno vengono condivisi online milioni di contenuti che prendono la forma di discorsi che esprimono odio, disprezzo e pregiudizio, dunque le responsabilità sono molteplici. Da un lato ci sono esponenti politici che spesso utilizzano strumentalmente i discorsi d'odio al fine di ottenere consenso popolare, dall'altro vi sono i social media che, in nome della libertà di espressione, aumentano il rischio di diffusione virale di contenuti falsi e distorti, demagogici e propagandistici<sup>40</sup>.

Alcuni studiosi definiscono in modo preciso ciò che differenzia l'*hate speech* dall'*online hate speech*: la permanenza dell'odio, il ritorno dell'odio, l'anonimato e la transnazionalità.

---

<sup>39</sup> Solano G. "Da Extracomunitario a Clandestino: l'immigrato nei discorsi dei media".

<sup>40</sup> Cerquozzi F. "Dall'odio all'hate speech. Conoscere l'odio e le sue trasformazioni per contrastarlo", Tigor: Rivista di Scienze della Comunicazione e di Argomentazione Giuridica, 2018.

- La permanenza dell'odio è riconducibile al fatto che un contenuto rimane attivo per tanto tempo e può manifestarsi sotto molteplici forme.
- Il ritorno dell'odio fa riferimento al fatto che anche se rimosso, un contenuto può ritornare altrove o nella stessa piattaforma sotto vesti diverse.
- L'anonimato offre agli individui la possibilità di essere completamente se stessi esprimendo liberamente le proprie idee, opinioni e sentimenti nella consapevolezza di non essere identificati.
- Infine, la transnazionalità incrementa gli effetti dell'hate speech e determina difficoltà inerenti all'identificazione dei dispositivi legali per combatterlo<sup>41</sup>.

Ulteriore elemento importante è che i discorsi d'odio online veicolano, in realtà, due messaggi: il primo, è indirizzato al soggetto o al gruppo attaccato ed ha l'intento di danneggiare la sua percezione di sicurezza e libertà al fine di indurlo a pensare che non vi è posto per lui nella società, cioè, che non sarà mai accettato; il secondo, è rivolto a quei soggetti che non fanno parte del gruppo preso di mira al fine di diffondere l'idea che certe opinioni possono essere largamente condivise anche se, spesso, non sono espresse pubblicamente<sup>42</sup>.

Tra le varie forme di online *hate speech* rientrano anche le espressioni di odio politico contraddistinte da citazioni e stereotipi diretti a promuovere la diffusione di un linguaggio discriminatorio e razzista che interpreta la diversità come minaccia. Ciò crea le condizioni affinché tale fenomeno riesca a coinvolgere innumerevoli utenti, sia difficile da contenere poiché dà vita ad una cascata di

---

<sup>41</sup> I. Gagliardone, D. Gal, T. Alves, G. Martinez "Countering online hate speech"; A. Brown "What is so special about online (as compared to offline) hate speech?", in "Ethnicities", 2018, pp. 297-326.

<sup>42</sup> J. Waldron, The Harm in hate speech, cit.

violenza verbale e sia pericoloso perché favorisce atteggiamenti di discriminazione e intolleranza nei confronti dei più vulnerabili<sup>43</sup>.

I personaggi politici, attraverso l'online *hate speech*, adottano una comunicazione emozionale di tipo negativo al fine di ottenere contrasto tra gli elettori. L'aspetto emozionale permette l'identificazione del cittadino con il leader di turno e garantisce una maggiore diffusione dei messaggi. Non è, dunque un caso che la comunicazione politica sui *social network* sia caratterizzata da atteggiamenti aggressivi e ricorra ai discorsi d'odio. Difatti, la narrazione politica assume sempre più connotazioni disumanizzanti e i livelli d'odio che trapelano dalle pagine e dagli account social dei politici si muovono lungo un continuum che va da commenti molto scortesii a offese esplicite<sup>44</sup>.



Figura 4: esempi di hate speech da parte di Luigi di Maio - Fonte: Google Immagini.

<sup>43</sup> M. Belluati "Parole pesanti. Hate Speech e comunicazione politica ai tempi dei social media"; G. Bulli, A. Tonini "Migrazioni in Italia: oltre la sfida. Per un approccio interdisciplinare allo studio delle migrazioni", Firenze, Firenze University Press, 2015, pp. 113-122.

<sup>44</sup> Bagnato K. "Online hate speech: responsabilità pedagogico – educative", Annali online della Didattica e della Formazione Docente, 2020.

Sull'hate speech dei politici online, Amnesty International ha raccolto oltre 6 milioni di contenuti da Facebook e Twitter, analizzandone e catalogandone più di 27mila con il supporto di 50 attivisti, soffermandosi su pagine e account appartenenti a esponenti politici. I dati generali confermano che i *social network* sono un vero e proprio sfogatoio virtuale, con la maggior parte dei commenti dagli utenti (56,9%) che esprime opinioni negative, critiche, polemiche e linguaggio d'odio, contro il 43,1% di contenuti dall'eccezione neutra o positiva. I commenti offensivi, discriminatori o *hate speech* rappresentano il 12,4%, oltre 1 su 10. Se guardiamo ai soli casi di *hate speech* sono lo 0,8%, circa 1 su 100. Gli esponenti politici, con grandissima visibilità online, utilizzano questo tipo di narrazione tossica, incitando alla discriminazione e all'odio per catturare l'attenzione del loro pubblico. Il racconto dell'immigrazione, online e offline, è ricco di stereotipi e vi è una costante sottorappresentazione dei suoi protagonisti, anch'essi molto spesso posti di fronte ai microfoni in modo strumentale a confermare quegli stigmi, anziché smontarli<sup>45</sup>.

---

<sup>45</sup> "Barometro dell'odio: Senza Cittadinanza", Amnesty International, 2022.

## **CAPITOLO 2: Effetti delle strategie di comunicazione sull'opinione pubblica**

La comunicazione gioca un ruolo fondamentale nel modellare l'opinione pubblica, specialmente quando si tratta di temi delicati come l'immigrazione, la clandestinità e i diritti umani. Le diverse strategie comunicative adottate da media, politici e influencer hanno un impatto significativo sulle percezioni collettive e sulle decisioni politiche riguardanti i migranti. Questo secondo capitolo esamina come tali strategie influenzano l'opinione pubblica e, di conseguenza, le politiche pubbliche, con conseguenze che possono essere profonde e durature.

Per capire l'impatto delle strategie di comunicazione sull'opinione pubblica, è essenziale esplorare la stretta connessione tra le percezioni della popolazione e le politiche migratorie. L'opinione pubblica non è solo lo spettatore che guarda alle informazioni messe in circolo da media, politici e altre persone, ma può anche influenzare in modo determinante le decisioni politiche e legislative sull'immigrazione. Le politiche migratorie sono sempre più spesso modellate dai sentimenti prevalenti tra i cittadini, sentimenti che vengono plasmati dal modo in cui i media e i leader politici trattano l'argomento. Una rappresentazione positiva e inclusiva può favorire politiche di apertura e integrazione, al contrario narrazioni negative e allarmiste possono portare a politiche di chiusura ed esclusione.

Una delle strategie di comunicazione più diffuse e potenti è la costruzione dell'immagine dell'immigrato come criminale: media, politici e altri attori sociali possono enfatizzare aspetti negativi associati all'immigrazione, collegando i migranti alla criminalità, al terrorismo e ad altre minacce alla sicurezza. Questa rappresentazione distorta contribuisce a creare paure ingiustificate e a stigmatizzare intere comunità di migranti. Il ritratto criminale dell'immigrazione non solo altera le percezioni dell'opinione pubblica, ma può anche portare a un maggiore sostegno per politiche punitive e restrittive. È giusto analizzare come

queste strategie di comunicazione manipolino le percezioni del pubblico, attraverso esempi concreti di come i media e i leader politici utilizzino questi temi per indirizzare l'opinione pubblica e giustificare misure severe contro i migranti.

Ad aggravare questo aspetto, la pandemia da Covid – 19 ha cambiato radicalmente il modo in cui si discute l'immigrazione. I social media sono diventati una piattaforma principale per la diffusione di informazioni, ma anche di disinformazione, sull'immigrazione durante la crisi sanitaria globale: utilizzati per diffondere paure e sospetti verso i migranti, associandoli alla diffusione del virus, i *social network* hanno influenzato l'opinione pubblica, diffondendo *fake news* e disinformazione. La rapidità di diffusione delle informazioni caratterizza il proliferare di *fake news*: queste ultime rappresentano una delle sfide più rilevanti per la formazione di un'opinione pubblica informata e razionale; esse possono distorcere la realtà e alimentare paure e pregiudizi, specialmente riguardo a questioni delicate.

Le *fake news* non solo distorcono i fatti, ma possono anche influenzare profondamente la percezione dell'identità dei migranti e possono avere anche ripercussioni sui diritti umani. Le notizie false che attribuiscono caratteristiche negative possono contribuire a creare un'immagine distorta e stereotipata, minando la comprensione e l'empatia tra le comunità; ma, possono anche giustificare e rafforzare atteggiamenti discriminatori e politiche repressive, portando alla violazione dei diritti fondamentali dei migranti.

Le strategie di comunicazione hanno un impatto profondo sull'opinione pubblica e sulle politiche migratorie. Questo capitolo offre una visione di come le narrazioni costruite attraverso i social media e discorsi politici possano influenzare le percezioni e le attitudini verso l'immigrazione. Nell'era digitale, la responsabilità di costruire una comunicazione veritiera e inclusiva è più urgente che mai, poiché la diffusione della disinformazione può avere conseguenze devastanti per la coesione sociale e per i diritti umani.

## 2.1 Connessione tra opinione pubblica e politiche migratorie

Definite da Castels e Miller forza motrice della globalizzazione, le migrazioni internazionali con il loro potenziale impatto sugli ambiti economico e politico – istituzionale, sulle relazioni sociali, sul lavoro, welfare ed istruzione, sono percepite sempre più come una minaccia dall'opinione pubblica dei Paesi di insediamento<sup>46</sup>. Tale percezione, alimentata dalla sfida che le migrazioni rappresentano all'idea di omogeneità etnica su cui si basa lo Stato – nazione<sup>47</sup>, ha favorito, da una parte, la diffusione di intolleranza e razzismo, dall'altra, la progressiva politicizzazione e sovraesposizione mediatica del tema, sempre più collegato nelle agende governative e nelle campagne elettorali a quello della sicurezza<sup>48</sup>.

Il dibattito politico e sociale sulle migrazioni – che rappresenta il migrante come “irregolare” o richiedente asilo, maschio, nero, musulmano – amplificato dai media tradizionali e digitali, che spesso stereotipizzano, etichettano con linguaggio discriminatorio, conferiscono extra-visibilità o rendono invisibili le persone, condiziona il pensiero e l'interpretazione che l'opinione pubblica ha della realtà, influenza la rappresentazione sociale, trasforma gli allarmismi in realtà oggettive. In Italia, il carattere strutturale del fenomeno migratorio è artatamente trasformato in emergenza nel discorso pubblico e nel dibattito politico, che sull'immagine degli sbarchi ha creato il mito dell'invasione di “clandestini” attivando sentimenti oppositivi che si proiettano su tutta la popolazione di origine straniera residente. Ne consegue un impoverimento della base informativa sia per la definizione, a livello europeo e nazionale, di politiche di integrazione e lotta alle discriminazioni, sia per la costruzione degli indicatori di integrazione. I dati di Eurobarometro evidenziano che solo una minoranza dei cittadini italiani, corrispondente al 2%

---

<sup>46</sup> Castles S., Miller M. “L'era delle migrazioni. Popoli in movimento nel mondo contemporaneo”, Città di Castello, Odoja, 2012.

<sup>47</sup> Zanfrini L. “Introduzione alla sociologia delle migrazioni”, Bari, Laterza, 2016.

<sup>48</sup> Krzyżanowski M., Triandafyllidou A., Wodak R. “The Mediatization and the Politicization of the “Refugee Crisis” in Europe”, *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 16, n.1-2, pp.1-14, 2018.

della popolazione (4% nella UE) ritiene di essere ben informata sui temi della migrazione e dell'integrazione, mentre il 46% (39% nella UE) pensa che i media rappresentano tali questioni in maniera obiettiva. Lo scarto percettivo che si rivela sul tema delle migrazioni è diffuso nei più diversi ambiti che riguardano i fenomeni contemporanei ed è destinato, per alcuni autori, ad aumentare a causa dell'affermazione sulle piattaforme digitali di nuovi comportamenti quali l'omofilia e il pregiudizio di conferma: il primo privilegia le relazioni con chi condivide il proprio punto di vista, mentre, il secondo tende a scartare contenuti e informazioni che sfidano le proprie convinzioni<sup>49</sup>. Nel dare evidenza della notevole distanza tra percezioni collettive e realtà oggettiva del fenomeno migratorio, le analisi sulle opinioni possono fornire utili indicazioni per le politiche pubbliche. In un contesto in cui prevale la percezione distorta della realtà si può, tuttavia, correre il rischio di un uso strumentale dei sondaggi da parte della politica: i dati vanno utilizzati con attenzione e metodo in particolare in un Paese come l'Italia che detiene il primato nella distorsione percettiva o più banalmente nell'indice di ignoranza<sup>50</sup>.

Da una parte, le opinioni pubbliche, pur in assenza di una conoscenza accurata del fenomeno, possono influenzare le policy migratorie, dall'altra parte, possono essere le policy sull'immigrazione a guidare le opinioni pubbliche. Rispetto al primo tipo di influenza, un esempio si può rintracciare nelle considerazioni contenute nella Relazione annuale del Parlamento Europeo sul funzionamento dello Spazio Schengen – la cui Convenzione entrata in vigore nel 1995 definisce le condizioni e le garanzie per la creazione di uno spazio libero di circolazione – dove si afferma che “(...) la reintroduzione dei controlli alle frontiere interne sembra essere legata a una percezione di minaccia alla politica pubblica e alla sicurezza interna in relazione al movimento di persone, al terrorismo e al

---

<sup>49</sup> Basso R., Pesole D. “L'economia percepita. Dati, comunicazione e consenso nell'era digitale”, Roma, Donzelli editore, 2019.

<sup>50</sup> Pagnoncelli N. “La Penisola che non c'è. La realtà su misura degli italiani”, Milano, Mondadori, 2019.

numero di richiedenti protezione internazionale e di migranti irregolari piuttosto che a prove solide sull'esistenza reale di una minaccia grave o al numero di arrivi effettivi"<sup>51</sup>. Rispetto al secondo tipo di influenza, alcune analisi empiriche mostrano come l'adozione di policy esclusive sembrano ridurre nelle popolazioni autoctone la percezione dei migranti come minaccia<sup>52</sup>.

La migrazione internazionale è certamente tra i temi che dominano o hanno dominato il dibattito pubblico sia italiano che internazionale negli ultimi anni. Nonostante l'importanza che l'immigrazione e le politiche migratorie (o la loro assenza) ricoprono sui media e nell'agone politico, il dibattito si svolge spesso a partire dalla quasi assenza di basi fattuali, ed è in gran parte alimentato da sensazioni e impressioni individuali, evidenze aneddotiche e articoli di cronaca. Questa mancanza di evidenza fattuale non solo mina la possibilità di un dibattito a partire da basi che dovrebbero essere condivise, ma fa sì che le premesse stesse del dibattito pubblico siano falsate<sup>53</sup>. Basti pensare che è stato mostrato da numerose indagini demoscopiche e dalla letteratura scientifica come la popolazione autoctona tenda sistematicamente a sovrastimare la dimensione della popolazione immigrata nel proprio Paese: i cittadini italiani credono in media che gli immigrati rappresentino oltre un quarto della popolazione residente, mentre i dati ci dicono che solo il 10% della popolazione è nata all'estero<sup>54</sup>.

L'immigrazione irregolare è tra le prime fonti di preoccupazione della popolazione italiana ed europea, nonostante la sua dimensione numericamente piuttosto ridotta. Fra i motivi che spingono l'opinione pubblica a preoccuparsi particolarmente dell'immigrazione irregolare vi è certamente il fatto che i tassi di

---

<sup>51</sup> Parlamento europeo "Relazione annuale sul funzionamento dello spazio Schengen", (A8-0160/2018), 2018.

<sup>52</sup> Schlueter E., Meuleman B., Davidov E. "Immigrant Integration policies and perceived Group Threat. A Multilevel Study of 27 Western and Eastern European Countries", *Social Science Research*, 42, n.3, pp.670-82, 2013.

<sup>53</sup> M. Ambrosini, *L'invasione immaginaria. L'immigrazione oltre i luoghi comuni*, Laterza, 2020.

<sup>54</sup> A. Alesina, A. Miano e S. Stantcheva, *Immigration and Redistribution*, in «NBER Working Paper Series», n. 24733, 2018.

criminalità fra gli immigrati sono considerevolmente maggiori non solo rispetto agli autoctoni, ma anche rispetto alla popolazione straniera regolarmente residente<sup>55</sup>.

L'intensità dei flussi, enfatizzata dalle immagini di naufragi e sbarchi diffuse dai mezzi di informazione, è probabile abbia polarizzato i giudizi, suscitando sentimenti di empatia e solidarietà oppure, al contrario, diffondendo e radicando apprensioni e timori nei confronti dei nuovi arrivi. La presenza di migranti e rifugiati è stata associata all'invasione, al sospetto, alla minaccia per la sicurezza dei cittadini, al degrado e alle malattie. L'informazione ha mantenuto la centralità del tema, nonostante il ridimensionamento del fenomeno migratorio e ha utilizzato i framework dell'allarme, del sospetto e della divisione tra "noi" e "loro". L'errore percettivo sulla presenza degli immigrati potrebbe derivare non solo dalla scarsa informazione sul tema, ma anche da pregiudizi che condizionano ex ante ogni valutazione; al crescere dell'ostilità verso gli immigrati, cresce l'errore nella valutazione sulla presenza di immigrati nel proprio Paese e sull'adozione di politiche migratorie. L'Italia si distingue come il Paese con la posizione più estrema, sia per il maggior livello di errore nella stima della popolazione straniera residente, sia per il maggior grado di ostilità verso l'immigrazione e le minoranze religiose.

È chiaro che la questione dell'errore percettivo in riferimento al fenomeno migratorio non deriva soltanto da un problema di poca o scarsa informazione, bensì da diverse visioni del mondo che inevitabilmente ne condizionano l'osservazione<sup>56</sup>.

---

<sup>55</sup> Eurobarometro, 2019.

<sup>56</sup> Chiurco L., *Le distorsioni pericolose: Immigrazione e Opinione Pubblica europea secondo i dati ESS*, Inapp Paper, 2019.

## **2.2 Impatto delle strategie di comunicazione sull'indirizzo dell'opinione pubblica: il ritratto criminale dell'immigrazione**

Il tempo e la società in cui viviamo costituiscono quella che numerosi sociologi hanno definito “società dell'informazione”, un sistema basato sui due grandi pilastri della tecnologia informatica e delle telecomunicazioni, fondamentali per lo sviluppo delle attività umane. L'informazione, appunto, così come il nostro immenso patrimonio di conoscenze e relazioni, costituiscono una risorsa strategica capace di condizionare l'efficienza dei sistemi, divenendo fattore di sviluppo sociale ed economico, di crescita e di ricchezza culturale. Con il termine “rivoluzione digitale” ci si riferisce ad una fase storica e ad un periodo caratterizzati da profondi cambiamenti socioeconomici, determinati, innanzitutto, dal continuo sviluppo e dalla proliferazione delle Tecnologie dell'Informazione e della comunicazione (ICT), ovvero quell'insieme di strumenti, prodotti e tecniche che consentono di trasmettere, di ricevere ed elaborare dati e informazioni in tutto il mondo. L'insieme di tutti gli sviluppi successivi alla diffusione delle tecnologie digitali hanno, infatti, profondamente trasformato il modo in cui produciamo e distribuiamo l'informazione e la conoscenza, due entità che nel tempo sono diventate sempre più influenti nella quasi totalità dei processi economici, sociali e politici.

In poco più di vent'anni abbiamo assistito ad una diffusione virale di Internet, determinata soprattutto dall'incremento costante della produzione e della vendita di device sempre più tecnologicamente avanzati ed economicamente accessibili, computer, smartphone, tablet, fotocamere digitali, software, reti, siti e piattaforme web, grazie ai quali è diventato possibile accedere in maniera estremamente semplice e immediata ad ogni genere di contenuto distribuito in rete,

dando, inoltre, la possibilità di interagire e comunicare a distanza con chiunque desideriamo<sup>57</sup>.

I *media* giocano un ruolo centrale nel processo di costruzione simbolica e sociale della realtà; l'informazione definisce i contorni degli spazi definendo le identità, chi è dentro, le appartenenze, chi è l'altro, nonché le dimensioni esplicative e le attribuzioni di responsabilità che preludono alla formazione delle politiche pubbliche, cosa succede e cosa bisognerebbe fare. Un'identità, individuale e collettiva, costruita attraverso il linguaggio e la comunicazione, in un momento in cui l'espressività si sviluppa in modo complesso e interconnesso tra panorami linguistici, *mediascape* e flussi culturali<sup>58</sup>. Da una parte questo processo avviene attraverso l'interazione e su molteplici livelli<sup>59</sup>, dall'altro i prodotti culturali e i media si affiancano sempre più spesso ai panorami linguistici nella costruzione, fruizione e interpretazione dello spazio pubblico e dell'identità. Se il panorama linguistico contribuisce a costruire il territorio, i *media* contribuiscono a definirne forma e confini<sup>60</sup>.

Nella ormai pluridecennale esperienza dell'Italia e degli altri Paesi avanzati, questo ruolo dei *media*, e ancor di più dei *social media* al giorno d'oggi, è particolarmente evidente nella rappresentazione dei fenomeni migratori. Le ricerche che negli anni hanno indagato la capacità o (più spesso) l'incapacità del giornalismo di leggere la complessità del fenomeno, restituiscono un panorama disegnato da alcuni frame consolidati, un repertorio di immagini ricorrenti, specifiche rappresentazioni iconiche dello straniero, del "male", del "nemico" e

---

<sup>57</sup> Sophia M. "Guerra e Mass Media. Prodotto editoriale che evidenzia le influenze mediatiche sull'opinione pubblica riguardo i principali conflitti che hanno coinvolto l'Occidente dal Secondo Dopoguerra", 2021 – 2022.

<sup>58</sup> Gumperz J.J. *Language in Social Groups*, Stanford University Press, Stanford, 1971. Appadurai A. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, University of Minnesota Press, Minneapolis, 1996. Hannerz U. *Cultural Complexity: Studies in the Social Organization of Meaning*, Columbia University Press, New York, 1992.

<sup>59</sup> Bucholtz M. and Hall K. *Identity and interaction: A sociocultural linguistic approach*, in "Discourse studies" 7 [4/5], pp. 585-614, 2005.

<sup>60</sup> Jaworski A. and Thurlow C. *Introducing Semiotic Landscapes*, in Jaworski A. and Thurlow C., "Semiotic Landscapes: Language, Image, Space", Bloomsbury, New York, pp. 1-40, 2010.

del “diverso”<sup>61</sup>. Le evidenze empiriche sugli stereotipi e sulle distorsioni cui è soggetta l’immagine dei migranti nei media mostrano elementi di stabilità nel tempo (criminalizzazione, costruzione sociale e mediale del fenomeno come di per sé problematico e legato all’insicurezza, politicizzazione e polarizzazione del dibattito, etc.). I vari studi concordano nel ritenere non innocuo il processo di stereotipizzazione e distorsione, contribuendo alla costruzione dei migranti come un *out – group*<sup>62</sup>. D’altro canto, questo riconoscimento riguarda molto spesso – oltre che le precise campagne politiche degli imprenditori politici della paura e dei loro fiancheggiatori mediali – anche dinamiche molto più implicite, talvolta con un grado di consapevolezza molto minore, radicate nelle prassi produttive e nel *modus operandi* delle testate giornalistiche<sup>63</sup>.

La tendenza a rappresentare l’immigrato come criminale e la securizzazione dell’immigrazione costituiscono due elementi comuni e trasversali ai *media* in molti Paesi d’arrivo e di transito. Per quanto riguarda le notizie sulla riuscita dei processi d’integrazione, sull’impegno e sul successo personale degli immigrati siano sempre più rilevanti nei media<sup>64</sup>, la criminalizzazione degli immigrati continua a manifestarsi nei termini di un’invarianza di fondo che si ricollega all’ampiezza e alla radicalità dei processi di migrazione che la globalizzazione e la mondializzazione dell’economia hanno contribuito ad alimentare.

---

<sup>61</sup> Binotto M., Bruno M. *Spazi Mediali delle Migrazioni, Framing e rappresentazioni del confine nell’informazione italiana*, Sapienza Università di Roma, 2018.

<sup>62</sup> Binotto M. e Martino V. (a cura di) *FuoriLuogo. L’immigrazione e i media italiani*, Pellegrini/Rai-ERI, Cosenza, 2004. Etchegaray N. and Correa T. *Media Consumption and Immigration: Factors related to the Perception of Stigmatization among Immigrants*, in “International Journal of Communication” 9, pp. 3601-3620, 2015.

<sup>63</sup> Fleras A. *The Media Gaze: Representation of Diversities in Canada*, UBC Press, Vancouver, 2011. Pagliaro P. *Punto. Fermiamo il declino dell’informazione*, il Mulino, Bologna, 2017.

<sup>64</sup> Vliegthart R., Roggeband C. *Framing immigration and integration. Re-relationships between press and parliament in The Netherlands*, «International Communication Gazette», 69 (3), 295-319, 2007. Benson R. *What makes news more multiperspectival? A field analysis*, «Poetics», 37 (5), 402-418, 2009. Navarro L. *Islamophobia and sexism: Muslim women in the western mass media*, «Human Architecture: Journal of the Sociology of Self-Knowledge», 8 (2), 95-114, 2010.

Si tratta di una tendenza che può essere interpretata come indicatore del clima di diffusa e profonda inquietudine che in numerosi Paesi “occidentali” o “occidentalizzati” accompagna i processi migratori. Questo ritratto criminale dell’immigrazione appare come manifestazione di un profondo ritardo culturale, che si manifesta come un’evidente difficoltà nell’elaborare e mitigare i conflitti (soprattutto economici e culturali) che le migrazioni hanno generato o contribuito a radicalizzare nelle c.d. “società ospiti”. L’ostinata centralità delle notizie riguardanti i crimini degli immigrati appare sia come un meccanismo di controllo sociale anticipatorio nei confronti degli immigrati, sia come una forma di *displacement* simbolico, un tentativo di spostare l’asse della discussione dalla faticosa dialettica conflitto – integrazione a quella dell’Altro – come – minaccia. Un approfondito studio sui dati dell’European Social Survey project ha evidenziato come la preoccupazione per il crimine sia interpretabile, in molti casi, come un tentativo di mascherare pregiudizi di altra natura nei confronti di immigrati e minoranze etniche. Inoltre, la preoccupazione sembra inferiore nei Paesi che hanno una più alta percentuale di immigrati e che meno risentono della crisi economica<sup>65</sup>.

Se la criminalizzazione degli stranieri appare come un tratto comune a molti Paesi europei e non, non sembra esserci alcuna relazione aritmetica tra le variazioni dei tassi di criminalità e l’aumento degli immigrati residenti. Il nesso *media* – crimine – immigrazione – ansia collettiva tende così a strutturarsi in modo omogeneo in Paesi con diversa storia e cultura. È stato osservato come, per effetto dei processi migratori, la copertura dei media e dei social media, di temi come la religione, l’etnicità, l’internazionalizzazione dell’economia tenda sempre più frequentemente e significativamente a intrecciarsi con quella dedicata all’immigrazione e al multiculturalismo. Tuttavia, la radicalizzazione delle culture del conflitto ha contribuito ad associare in modo sempre più stretto le questioni legate alla presenza degli immigrati alla convivenza multiculturale ad attività

---

<sup>65</sup> Ceobanu A.M. *Usual suspects? Public views about immigrants’ impact on crime in European countries*, «International Journal of Comparative Sociology», 52 (1-2), 114-131, 2011.

illegali quali la microcriminalità, il terrorismo e il crimine organizzato<sup>66</sup>. Alcuni studi hanno evidenziato una relazione positiva tra l'attenzione dei media nei confronti dei crimini imputati agli immigrati e la crescita di consenso nei confronti di movimenti populistici e xenofobi. Queste rappresentazioni distorte dell'alterità non riguardano ovviamente soltanto gli immigrati in quanto tali, ma anche le minoranze etniche e religiose, che spesso sono oggetto di analoghi processi di discriminazione.

L'informazione italiana ha scelto (sull'immigrazione, ma non solo) di ridurre fin quasi ad azzerare la complessità, di semplificare all'eccesso, di restituire immagini semplicistiche e statistiche. Il problema principale che affligge la rappresentazione offerta dai news media, la loro incapacità di offrire chiavi di lettura per decodificare l'insopprimibile carattere caotico e sfaccettato della realtà contemporanea. Un'inadeguatezza che in varia misura si è mostrata sia nei grandi eventi che attirano l'attenzione di primo piano delle testate d'informazione che nei più minuti episodi di cronaca nera.

I media svolgono così una funzione ideologica del controllo sociale, affermando e ribadendo la norma e definendo deviante ogni comportamento o soggetto che sembra perturbare un ordine sociale presentato di per sé come desiderabile: la focalizzazione su eventi e singoli "casi da prima pagina", oppure l'utilizzo dei dati statistici relativi alla criminalità diventano fondamentali per la costruzione di un consenso verso misure eccezionali ed emergenziali, oppure, di "difesa" simbolica di uno spazio "nostro" rappresentato come sotto assedio. Ciò che sembra essere significativo è che tali dinamiche rendono concreta e rappresentata quasi plasticamente l'incapacità da parte dei media di comprensione

---

<sup>66</sup> Freilich J.D., Guerette R.T. "Introduction" in *Id.* (eds.) *Migration, culture conflict, crime and terrorism*. Ashgate Publishing, Farnham, 2006.

e restituzione di ogni mutamento sociale nel medio e lungo termine, e il sostegno e la riproduzione di atteggiamenti irrazionali e “ossessioni” securitarie<sup>67</sup>.

### **2.2.1 Social Media e immigrazione ai tempi del Covid – 19**

La lunga tragedia della pandemia si è intrecciata con le questioni dell’immigrazione su più livelli, in parte confermando le tensioni securitarie e le politiche di chiusura, in parte ponendole invece in discussione e proponendo un nuovo sguardo sul fenomeno.

La paura che gli stranieri diffondano malattie è antica e radicata. L’argomento era già stato invocato anni precedenti alla pandemia nei confronti dei rifugiati africani, da alcuni additi come portatori di Ebola e da molti altri tenuti alla lontana anche per presunti rischi sanitari. Alcuni influenti protagonisti dei social media avevano diffuso numerosi casi di contagi per Tbc e altre malattie, per esempio, tra le forze dell’ordine che gestivano gli sbarchi. Ma non c’è stata notizia di vere o presunte epidemie che non abbia sollevato la richiesta di chiusura delle frontiere verso rifugiati e immigrati dal Sud del mondo<sup>68</sup>.

Nel corso dei primi mesi del 2020 si è potuto assistere ad una diffusione rapida dell’epidemia da Covid – 19 a livello mondiale. Per quanto riguarda l’Italia, essendo stato uno dei primi Paesi ad aver registrato sin da subito un alto numero di contagi e decessi già dal 10 marzo, l’allora Presidente del Consiglio Giuseppe Conte ha annunciato le nuove misure valide per tutto il territorio nazionale, facendo così entrare il Paese nel cosiddetto lockdown, con l’obiettivo di tutelare la salute delle persone e di contenere la trasmissione della malattia<sup>69</sup>.

---

<sup>67</sup> Binotto M., Bruno M., Lai V. *Tracciare confini, L’immigrazione nei media italiani*, Franco Angeli, pp. 14 – 18, 2016.

<sup>68</sup> <https://www.rivistailmulino.it/a/immigrazione-e-pandemia>

<sup>69</sup> Ministero della Salute “*Coronavirus, nuovo decreto “#iorestoacasa” estende a tutta Italia limitazioni aree più colpite*”, 9 Marzo 2020.

Per questo motivo le moderne tecnologie e i *social network* hanno giocato un fondamentale ruolo da connettore nella promozione della comunicazione e nel mantenimento delle relazioni sociali, sebbene più impersonali e meno empatiche<sup>70</sup>. Una ricerca condotta nel 2020 dal Centro Interdipartimentale di Studi e Ricerche sui Sistemi di Istruzione Superiore (CIRSIS) dell'Università degli Studi di Pavia ha riportato dati sui principali mezzi utilizzati dalle persone per informarsi durante le tre tappe del periodo pandemico. I dati riportano che i telegiornali sono rimasti, in maniera costante, i principali canali di informazione, mentre la fruizione notizie attraverso i siti web e i social media abbiano subito un andamento sempre più crescente dalla fase 1 alla fase 3 della pandemia.

La pandemia da Covid – 19 è stata determinante nell'aumentare i pregiudizi, stereotipi e stigmatizzazioni verso coloro che venivano percepiti come una potenziale fonte di minaccia infettiva<sup>71</sup>. Sicuramente il rischio di infodemia denunciata più volte dall'Organizzazione Mondiale della Sanità durante il periodo pandemico ha avuto effetti sul rapporto tra le informazioni riguardanti il Covid – 19 e la disinformazione<sup>72</sup>. Ciò perché, nel tempo, la diffusa disinformazione è cresciuta di pari passo allo sviluppo e all'utilizzo dei social media, dove la comunicazione disintermediata, ovvero consentita a tutti senza necessariamente essere a conoscenza dei dati e dei fatti, ha fatto in modo che prevalessero sempre più l'emotività e le emozioni, piuttosto che l'oggettività<sup>73</sup>. Tanto che, appunto, oggi si parla, quando si analizzano i *social*, di “post – verità”, ovvero un'argomentazione caratterizzata da un forte appello all'emotività, che basandosi

---

<sup>70</sup> Gabbiadini, A., Baldissarri, C., Durante, F., Valtorta, R. R., De Rosa, M., & Gallucci, M. “*Together Apart: The Mitigating Role of Digital Communication Technologies on Negative Affect During the COVID-19 Outbreak in Italy*”, 2020.

<sup>71</sup> Bhanot, D., Singh, T., Verma, S. K., & Sharad, S. “*Stigma and Discrimination During COVID-19 Pandemic*”, 2021.

<sup>72</sup> Amnesty International Italia “*Barometro dell'odio – Intolleranza pandemica*”, 2021.

<sup>73</sup> McIntyre L. “*Post-truth*”, Cambridge: The MIT Press, 2018.

su credenze diffuse e non su fatti verificati tende a essere accettata come veritiera, influenzando l'opinione pubblica<sup>74</sup>.

La scarsità di informazioni sufficienti finisce per causare numerosi danni tra i quali da un lato vi può essere l'aumento di livelli di ansia, paura e stress legati al contagio<sup>75</sup>, dall'altro vi può essere la condivisione e manifestazione di sentimenti d'odio provati verso i cittadini stranieri mediante l'utilizzo di Internet e dei *social network*, promuovendo determinate condizioni ed alimentando i pregiudizi<sup>76</sup>.

Il tema migratorio ha da sempre dominato il dibattito pubblico. Con l'accrescimento del numero di cittadini stranieri nel mondo sono aumentate, di conseguenza, le opportunità di contatto associate però a stati emotivi come preoccupazioni, paure e timori<sup>77</sup>. In Italia, ad esempio, un sondaggio di opinione realizzato dal programma di politica estera italiana dello IAI con il sostegno della Fondazione Compagna di San Paolo e in cooperazione con il Laboratorio di Analisi Politiche e Sociali dell'Università di Siena (2021) evidenzia come quasi un italiano su due considera gli immigrati come un'opportunità per la cultura del Paese; una quota anche superiore li indica come una risorsa per molti settori dell'economia italiana, un aspetto emerso prepotentemente durante le prime fasi della pandemia, quando si era manifestata la necessità di lavoratori essenziali di origine straniera in svariate occupazioni. Tuttavia, percentuali simili – se non leggermente più alte – considerano i migranti come una minaccia: il 51% teme che possano contribuire alla diffusione di Coronavirus, mentre il 44% ritiene che sottraggano lavoro agli italiani.

---

<sup>74</sup> Dizionario Treccani, 2023.

<sup>75</sup> Rollo S. "Mondi online e scenari di pandemia. Il significato della comunicazione online durante il primo lockdown in Italia dovuto a COVID-19. *La comunicazione: media, processi produttivi e narrazioni*", pp. 8-21, 2020.

<sup>76</sup> Santerini M. "*I discorsi d'odio come problema pedagogico emergente. Mondi educativi. Temi, indagini, suggestioni*", 2019.

<sup>77</sup> Demos & Pi. "*XIII Osservatorio sul Capitale Sociale degli Italiani: gli italiani e l'immigrazione*", Vicenza: Demos & Pi., 2007.

Per questo motivo risulta rilevante come le informazioni circolate durante il periodo pandemico possano essere state tra i fattori che maggiormente hanno alimentato la paura e il pregiudizio nelle persone, incrementando anche il numero di comportamenti violenti e xenofobi nei confronti degli stranieri<sup>78</sup>.

A seguito delle informazioni circolate durante il periodo pandemico risulterebbe che nei Paesi di tutto il mondo si sia registrato un forte aumento di tensione, ostilità e atteggiamenti violenti nei confronti dei gruppi minoritari in generale e, nello specifico, verso i cittadini di origine asiatica proprio per la paura di entrare in contatto con il virus. La messa in atto di atteggiamenti discriminatori e pregiudizievoli ha, quindi, influito in maniera negativa sul benessere psicologico dei migranti durante il periodo pandemico incrementando i livelli di ansia e paranoia<sup>79</sup>.

### **2.3 Le Fake News nell'era digitale**

Il comportamento degli utenti su Internet può influenzare l'effettiva inclusione dei migranti all'interno della società. Con la crescita del flusso migratorio negli ultimi anni sono aumentati, altresì, i casi di diffusione di *fake news* e i fenomeni di incitamento all'odio, che hanno portato, a loro volta, un aumento dei casi di *hate crimes*. I migranti sono spesso considerati una minaccia alla sicurezza nazionale, così le manifestazioni nazionalistiche e la propaganda xenofoba sono ormai diffuse su Internet e in Europa. A livello internazionale, vi è un crescente interesse per il tema della disinformazione e dei discorsi d'odio in rete nonché per gli effetti di tali fenomeni all'interno della società, a causa del

---

<sup>78</sup> Istituto Affari Internazionali "Gli italiani divisi sull'immigrazione, ma cresce l'impulso umanitario", 2021.

<sup>79</sup> Campagnoli L., Tesi Magistrale "I transmigranti nel lockdown. Un'indagine qualitativa sulle identità, discriminazioni e stati emotivi durante la pandemia", Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, 2022/2023.

ruolo cruciale che hanno i media nell'influenzare le opinioni e le scelte dei cittadini<sup>80</sup>.

Alcune politiche nazionali sempre più frequentemente sono oggetto di propaganda fondata su paura e rabbia. Nell'ambito di tale propaganda, tra le categorie maggiormente sotto attacco vi sono i migranti e i rifugiati. L'eco di questi attacchi è sempre più amplificata da una serie di elementi legati alle peculiarità del mezzo con il quale vengono perpetrati, quale, ad esempio, Internet. La rete ha comportato un'apertura delle informazioni, permettendo a chiunque di riceverne qualsiasi tipo, ovvero di ricercarle, ma anche di crearle, dando così spazio a una relazione *peer – to – peer* tra privati e informazioni; da ultimo, ma non meno importante, la facilità dell'anonimato sulla rete rende molto difficile stabilire in capo a chi risiedano le responsabilità di atti illeciti, ovvero non eticamente corretti, commessi su Internet.

È noto, ormai, come il web sia luogo in cui circolano le *fake news* (c.d. notizie false), ovvero falsamente riportate e dove si consumano discriminazioni e incitazioni all'odio, e non vi è dubbio che questi fenomeni influenzino gravemente e profondamente la creazione del pensiero politico e dell'opinione pubblica, fino ad intaccare le stesse fondamenta della democrazia<sup>81</sup>. La rete contiene un numero inimmaginabile di informazioni, ma sta all'utente sapere come e dove cercarle; il comportamento degli utenti su Internet ha un'importanza notevole sulla formazione del loro convincimento e della loro opinione e il fenomeno dell'immigrazione è entrato a pieno titolo tra gli argomenti sui quali si tende a plasmare il pensiero dei cittadini, soprattutto in periodi di propaganda elettorale.

---

<sup>80</sup> Attolini S., Report "Le fake news e gli hate speeches in rete nell'ordinamento europeo e internazionale in relazione all'inclusione sociale dei migranti".

<sup>81</sup> Report "Hate Speech Against Migrants and Refugees In The Media", UNAOC, United Nations Alliance for Civilizations, 26 gennaio 2017.

Negli atti dell'Unione Europea, la Commissione europea affronta il fenomeno delle *fake news* facendo rientrare questo concetto in quello più ampio di disinformazione, definendolo come:

*“un’informazione rivelatasi falsa o fuorviante concepita, presentata e diffusa a scopo di lucro o per ingannare intenzionalmente il pubblico e che può arrecare un pregiudizio pubblico. La disinformazione non include gli errori di segnalazione, la satira e la parodia, o notizie e commenti chiaramente identificabili come di parte”<sup>82</sup>*

Le motivazioni che inducono a produrre *fake news* possono essere economiche, ideologiche o psicologiche. Dal punto di vista economico, l’obiettivo dei produttori di notizie false è realizzare profitti con la pubblicità rivolta a chi va sui loro siti web. Dal punto di vista ideologico, ad esempio, alcuni produttori di *fake news* sostengono di aver iniziato la loro attività per aiutare i migranti, altri per combattere con tutte le armi disponibili lo schieramento politico avversario. Nell’epoca del web e dei social media, chi si sente politicamente schierato rischia di attivare, anche involontariamente, meccanismi di disinformazione su notizie di cui ignora l’origine<sup>83</sup>. Infine, dal punto di vista psicologico, Quattrococchi e Vicini spiegano che il “meme”, ovvero un pezzo di informazione che si replica come un virus passando da un utente all’altro, si diffonde attraverso la condivisione ed è sempre a rischio di eccessiva semplificazione, che tende a renderlo inesatto; la diffusione del “meme” ha una motivazione narcisista in chi l’ha pubblicato, perché quest’ultimo riceve una gratificazione psicologica crescente all’aumentare delle

---

<sup>82</sup> Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale e al Comitato delle Regioni del 26.04.2018, “*contrastare la disinformazione online: un approccio europeo*”, COM (2016).

<sup>83</sup> Comandini V. V., Saggi - Fake News, Pluralismo Informativo e Responsabilità in Rete, “*Le Fake News sui Social Network: un’Analisi Economica*”, MediaLaws.

condivisioni e reazioni che aumenta ulteriormente se il “meme” è una *fake news*, perché il *pushing* ha funzionato<sup>84</sup>.

Tra le problematiche legate alle *fake news* va aggiunto che il luogo in cui avviene la comunicazione digitale ne condiziona la forma e la struttura logica. Per esempio, una cosa è se un utente si informa consultando una fonte online istituzionale, un'altra è se consulta il sito di un giornale, un'altra cosa ancora è se si informa raccogliendo notizie attraverso le piattaforme di *social media* – anche se in realtà è il *social media* che seleziona e aggrega le informazioni personalizzandole. Se è vero che tutta l'informazione online ha una forma ipertestuale, cui corrispondono contenuti web e servizi, è altrettanto vero che portali istituzionali, siti commerciali, blog, app e via dicendo si distinguono da un punto di vista funzionale, ovvero si differenziano per la loro natura comunicazionale. È proprio quest'ultima a decidere di alcune strategie che fanno di ogni singola piattaforma digitale una nicchia ecologica, un arcipelago composto da piccole isole. Al suo interno, l'informazione è disciplinata, filtrata e distribuita in maniera peculiare, rappresentando un sottoinsieme specifico dell'intera rete. I *social media* in particolare sono il luogo privilegiato per la creazione e la diffusione di *fake news* e post verità<sup>85</sup>.

Il legame fra uso dei *social network* e la presenza di *fake news* ha diverse ragioni, sia economiche sia politico – culturali.

- La prima ragione è che, grazie ad Internet, le barriere all'ingresso nell'industria dei media si sono ridotte quasi a zero, essendo oggi tecnicamente molto semplice creare siti web e, se il numero dei contatti ricevuti è sufficiente, ricavarne utili con la pubblicità. Quando una *fake*

---

<sup>84</sup> Quattrocchi W., Vicini A., “*Misinformation. Guida alla Società dell'Informazione e della Credulità*”, Franco Angeli, 13 ottobre 2016.

<sup>85</sup> Ciraci F., Report “*Per una teoria critica del digitale: fake news e postverità alla luce della logica della verosimiglianza*”.

*news*, originariamente pubblicata su un certo sito, è discussa e creduta vera o interessante fra i componenti di un *social network*, lo stesso sito, se si genera l'effetto virale di diffusione dell'informazione, riceve una notevole quantità di visite che consente al suo gestore di realizzare profitti.

- La seconda ragione è l'accentuata polarizzazione politica dell'elettorato, osservata in tutto il mondo occidentale, in cui prevale la tendenza degli appartenenti ad un certo schieramento politico o ideologico a sviluppare forti sentimenti negativi nei confronti degli avversari. Sui *social network* la polarizzazione è un attributo tipico associato alle discussioni fra utenti su questioni civili o culturali quali, ad esempio l'immigrazione regolare e quella clandestina.
- La terza ragione ha a che fare con il web e la sua modalità prevalente di finanziamento, la pubblicità: su Internet, grazie soprattutto ai motori di ricerca e ai *social network*, la distinzione fra informazione vera e propria e informazione pubblicitaria tende a farsi meno netta, fino in alcuni casi a scomparire. In questo caso, l'obiettivo dei gestori dei servizi e degli inserzionisti non è di ingannare i consumatori, ma di rendere loro più rilevante e meno fastidiosa possibile la pubblicità. Quindi, l'effetto ottenuto, se aumenta l'efficacia delle inserzioni sul web, superando di molto quelle sulla carta stampata o anche sulla TV, crea però un fraintendimento nel consumatore, che non è sempre in grado di distinguere fra informazione e pubblicità. Le *fake news* utilizzano il medesimo meccanismo per diffondersi: leggendole il consumatore, anche se ha dubbi sulla loro autenticità, divertendosi è portato a condividerle con la propria cerchia di amici. Le *fake news* rappresentano quindi anche una forma estrema di *inforfaiment*, e di conseguenza possono avere un certo valore commerciale.
- La quarta ragione è il meccanismo di diffusione e condivisione delle informazioni sui *social network*: sui social media, la maggioranza degli utenti tende a fidarsi più della cerchia di amici di cui fa parte e a credere ciò che questi riferiscono, meno delle notizie diffuse degli altri grandi media.

Ciò genera un meccanismo perverso – la cosiddetta illusione della maggioranza – che fa apparire ai loro occhi come prevalente e condivisa da gran parte della propria cerchia un’opinione, anche la più assurda, espressa in realtà da una ristretta minoranza, solo perché chi la sostiene è molto ben collegato con loro e col resto della rete.

Le *fake news* sono deliberatamente costruite per confondere i lettori e ciò pone seri problemi tecnici e semantici per individuarle. Il loro contenuto è diverso dalle notizie ordinarie sia per argomento, stile e tipo di piattaforma utilizzata, e tenta di distorcere la verità con una pluralità di stili linguistici, mentre contemporaneamente prende in giro le notizie vere, volutamente presentate come dubbie<sup>86</sup>.

### **2.3.1 Sociale e identità: l’impatto delle fake news sulla percezione dell’identità degli immigrati**

Le cause e le conseguenze della disinformazione hanno recentemente sollevato l’interesse e la preoccupazione dei governi. Negli ultimi anni, abbiamo assistito alla propagazione di comunicazioni fuorvianti deliberatamente diffuse da attori statali e non, nel tentativo di amplificare la percezione di un determinato fenomeno<sup>87</sup>. La natura complessa delle informazioni che circolano sulle piattaforme social è ambigua, tale da renderle infide. Inoltre, se la conoscenza incapsula sempre la verità fattuale, la non – conoscenza è, invece, un fenomeno più complesso e bivalente: da un lato, può essere una conoscenza distorta, ovvero una credenza mendace, la quale ha un potere negativo sulle azioni dell’uomo, perché lo condiziona sulla base di falsi contenuti, credenze o pseudo – verità;

---

<sup>86</sup> Comadini V.V., Saggi “*Le fake news sui social network: un’analisi economica*”, Fake news, pluralismo informativo e responsabilità in rete.

<sup>87</sup> Nuvoli K. “*False verità. Minacce reali. Fake – news e disinformazione come possibili driver di attivazione violenta*”, Hal Open Science, 2024.

dall'altro lato, può trattarsi di semplice ignoranza (non – conoscenza della verità), quindi di mancanza di verità<sup>88</sup>.

Considerate tra le forme di disinformazione più diffuse, le *fake news* rappresentano forme insidiose di “*post – truth rhetoric*”, perché si configurano secondo specifici processi psicologici e sociali – bias cognitivi, dinamiche identitarie, *echo chamber effect*<sup>89</sup>. La ricerca psicologica rivela una molteplicità di rischi legati alla fruizione delle *fake news*, che vanno dall'erosione della fiducia degli internauti nei confronti del mondo delle informazioni, al porre ostacoli rispetto alla loro abilità di differenziare ciò che è vero da ciò che è falso<sup>90</sup>.

Tra le molteplici modalità attraverso cui una *fake news* viene “confezionata”, un ruolo particolare è svolto dalle immagini. Il loro statuto iconico consente di passare rapidamente dal livello del significante (piano dell'espressione) a quello del significato (piano del contenuto), riducendo potenzialmente l'informazione a una sorta di “notizia semplificata” e promuovendo, soprattutto sui social media di ultima generazione, una condizione di minore analiticità, per cui la probabilità di leggere il contenuto diventa più bassa. Importanti sono, soprattutto, le manipolazioni dei contenuti, ovvero qualsiasi rielaborazione, di foto, video e anche i testi su studi scientifici, allo scopo di ingannare chi ne fruisce<sup>91</sup>.

Soffermandosi sulla manipolazione delle immagini, uno dei contesti in cui le notizie false incontrano terreno fertile è nel discredito di altri gruppi etnici (*outgroup*). Gli studi sulla diffusione delle *fake news* di stampo razziale hanno

---

<sup>88</sup> Ciraci F., Report “*Per una teoria critica del digitale: fake news e postverità alla luce della logica della verosimiglianza*”.

<sup>89</sup> McComiskey B. “*Post-truth rhetoric and composition*”, University Press of Colorado, 2017.

<sup>90</sup> Shu K., Mahudeswaran D., Wang S., Lee D., & Liu H. “*Fakenewsnet: A data repository with news content, social context, and spatiotemporal information for studying fake news on social media*”, in Big data, pp. 171-188, 2020.

<sup>91</sup> D'Errico F., Paciello M., Fida R., & Tramontano C. “*Effect of Affective Priming on Prosocial Orientation through Mobile Application: Differences between Digital Immigrants and Natives*”, in Acta Polytechnica Hungarica, pp. 109-128, 2019.

evidenziato che nei *social network* esse circolano più velocemente e più ampiamente. Le bufale razziali sono atti comunicativi creati per diffondere informazioni che minacciano la salute o la sicurezza di una persona appartenente a un gruppo di minoranza, a causa della razza, etnia o religione. Notizie o foto dei, che circolano sui social media, dei migranti che scappano via mare sui barconi o sui gommoni, oppure, altri comportamenti negativi che possono rappresentare una grave minaccia, come, ad esempio, atti di violenza da parte di un immigrato, possono provocare reazioni emotive negative e possono rafforzare gli stereotipi e gli atteggiamenti anti – immigrati.

Il fenomeno dell'immigrazione, nello specifico gli immigrati sono rappresentati da un vero e proprio concentrato di stereotipi anti – immigrazione / anti – immigrati, presentati attraverso un linguaggio fortemente orientato e deliberatamente offensivo che si basa sull'idea che l'immigrato non fugga affatto da situazione di privazione, guerra e miseria; sull'idea che il “nostro” Paese sia eccessivamente generoso nel garantire supporto materiale e persino privilegi a soggetti che non avrebbero alcun titolo ad ottenerli, e sull'idea dell'immediata assimilazione tra la condizione di straniero e quella di clandestino, nonostante la specificazione che in molti casi si tratterebbe propriamente di richiedenti asilo.

**Denuncia a Lampedusa**

# «I MIGRANTI hanno mangiato i miei 4 cani»

Un'imprenditrice agricola: «Scappano, entrano nei nostri terreni, sporcano e uccidono gli animali»

**Rendiamoci conto**

**Non c'è integrazione con chi trasgredisce le nostre leggi**

**SALVATORE DAMA**

Prima del porto nuovo c'è una strada sulla destra. La riconosci perché, all'angolo, c'è un tizio che affitta ruote da sub. Sono vie che conoscono solo i lampedusani. Molti di loro abitano nell'entroterra. In fincas monopiano perimetrate da muretti di pietra viva. La loro altezza non supera il metro da terra. Facilmente scavalcabili. Ma prima, quando le hanno costruite, bastavano quelle. Nel senso, per delimitare la proprietà privata. A Lampedusa i residenti sono quattromila.

**Sondaggio smentisce la crisi  
DUE SU TRE VOTANO LEGA  
SOLO PERCHÉ C'È SALVINI**



Figura 5: immagine che rappresenta una fake news in prima pagina sul quotidiano Libero.  
Fonte: Libero e Bufala.net.

Gli immigrati, infatti, vengono rappresentati come criminali, disonesti e come portatori di una minaccia o di un pericolo concreto per il Paese ospitante, oppure anche per le persone appartenenti all'*ingroup*. Inoltre, sono rappresentati anche come arroganti, irriconoscenti verso gli aiuti umanitari che ricevono, ma anche come potenziali aggressori. La *fake news* li dipingono come parassiti, indisponibili a offrire il proprio contributo alla società, quindi, non utili alla comunità di cui fanno parte, in sintesi come dei nullafacenti.

La rappresentazione prevalente degli immigrati nelle immagini, posti generalmente in primo piano, sembra enfatizzare la provenienza geo – politica: se la raffigurazione prevalente è quella di uomini di colore con espressione vittoriosa o beffarda, l'intento è proprio l'exasperazione dell'idea che gli immigrati di genere maschile provenienti dall'Africa abbiano un atteggiamento sprezzante e irridente nei confronti degli Italiani. Laddove gli immigrati non siano soggetti dell'immagine, diventano "oggetti" del messaggio veicolato dalla *visual fake*. In questo caso, si tratta perlopiù di notizie nelle quali soggetti politici effettuano dichiarazioni sul tema dell'immigrazione. La presenza degli immigrati come oggetti dell'immagine si manifesta sullo sfondo, dove viene rappresentato un

barcone, emblema del “fenomeno” degli sbarchi. In altri casi, in cui gli immigrati sono oggetti della rappresentazione, invece, non compare alcun riferimento né alla categoria (gli immigrati), né al fenomeno (gli sbarchi), né al singolo.

Le *fake news* sono fatti sociali, in cui la rete online e offline influenza la condivisione. È sempre più difficile distinguere ciò che è vero da ciò che è falso. L'uso politico, mediatico e sociale di concetti come le *fake news* è un problema globale che minaccia l'intera popolazione, i mezzi di comunicazione e lo stesso Internet<sup>92</sup>.

### **2.3.2 Disinformazione e discriminazione: l'impatto delle fake news sui diritti umani**

Pur non costituendo una novità nel dibattito politico e culturale, negli ultimi anni il fenomeno delle *fake news* ha subito una trasformazione ed un ampliamento tali da farlo divenire uno dei temi più discussi a livello globale. La diffusione delle notizie false è, senz'altro, correlata all'ascesa dei *social media* quali fonti di informazione ed alla trasformazione del giornalismo, dalla carta stampata allo spazio online: da un lato, infatti, la facilità per i singoli di inserire qualsivoglia notizia sulle nuove piattaforme ha reso possibile la divulgazione di informazioni anche in assenza del controllo normalmente esercitato dal giornalista professionista e dall'editore; dall'altro, la necessità di trasmettere immediatamente sulla rete le notizie più interessanti per il pubblico tende ad allargare le maglie del controllo sull'attendibilità delle fonti anche nell'ambito delle testate giornalistiche.

La letteratura sulla disinformazione è cresciuta significativamente negli ultimi anni, nel tentativo di comprendere le caratteristiche di questo fenomeno con le sue dinamiche e di poter delineare e sviluppare misure di contrasto adeguate ed

---

<sup>92</sup> D'errico F., Papapicco C., Scardigno R., Lentano G., Mininni G. “Non credo ai miei occhi! Un approccio psico – sociale alle visual fake news”, Università degli Studi di Bari Aldo Moro, 2021.

efficaci. Gruppi di esperti sono stati istituiti a livello nazionale e sovranazionale per studiare a fondo questo complesso fenomeno. Ad esempio, la Commissione Europea ha costituito nel 2018 un gruppo di esperti di alto livello sulle *fake news* e la disinformazione online (*High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation*), con l'obiettivo di individuare i principi fondamentali e le migliori iniziative esistenti per rispondere alle sfide poste dalla disinformazione. Il gruppo di lavoro ha pubblicato, a marzo 2018, un rapporto molto dettagliato in materia, analizzando le caratteristiche della disinformazione online in Europa e l'impatto nocivo di quest'ultima sugli individui, sulla società e sui diritti umani.

Come sottolineato da diversi studi, tra i quali *Toxic Twitter* preparato da Amnesty International, infatti, i *social media* possono rappresentare uno spazio ostile per determinate categorie di individui – in particolar modo per le donne, i dissidenti politici o le persone appartenenti a minoranze – e il dibattito all'interno di tali piattaforme può diventare anche aggressivo e “tossico”. Di fatto, questo carattere ostile dello spazio digitale, alimentato da campagne disinformative e da notizie false più o meno organizzate, può avere effetti significativi e può indurre alcuni individui a rinunciare volontariamente all'esercizio dei propri diritti, anche di diversa natura, per paura di subire ulteriori aggressioni online e offline. Infatti, molto spesso e con molta facilità, gli attacchi effettuati sia verbalmente sia attraverso la diffusione di immagini e video, alimentando un clima di violenza, portano a vere e proprie compromissioni della sfera fisica dell'individuo, arrivando potenzialmente a lederne il diritto all'integrità, alla vita, alla sicurezza e alla libertà di movimento.

Da un lato è doveroso notare come la disinformazione possa anche minacciare diritti economici e sociali oltre a quelli civili e politici. Dall'altro, bisogna sottolineare come il principio di non discriminazione (ovvero il corrispondente diritto a non – essere discriminati) risulta essere continuamente minacciato dalla disinformazione. Trattasi di una diretta conseguenza del fatto che, frequentemente, le campagne di disinformazione sono mirate contro alcuni gruppi

specifici e si alimentano grazie allo stato di vulnerabilità di questi ultimi sia diffondendo notizie false contro di loro, sia sfruttando le loro debolezze ed incertezze nonché la mancanza di possibilità di confutazione, per direzionare verso di loro le notizie false, sicuri che questi individui deboli vi crederanno e agiranno di conseguenza. Questo meccanismo non fa che aumentare le discriminazioni esistenti, rendendole ancora più gravi ed acute e accentuando le fratture sociali già presenti<sup>93</sup>.

Poiché i canali offerti dalla rete amplificano i mezzi e le occasioni in cui i diritti umani dei migranti possono essere oggetto di attacco e poiché vi è un collegamento tra la diffusione di informazioni negative su Internet e l'aumento dei c.d. *hate crimes*, la risposta manifesta in seno alle organizzazioni internazionali è quella di promuovere politiche di contrasto a questi fenomeni fondate sulla promozione dell'educazione e sul rispetto dei diritti umani. Una di queste iniziative è contenuta nel *Global Compact for Migration*, accordo intergovernativo concluso nel dicembre 2018 per la protezione dei migranti, il quale enumera tra gli obiettivi per il raggiungimento di una migrazione sicura e ordinata, quello di eliminare ogni forma di discriminazione e promuovere una percezione diffusa dei migranti basata su dati e fatti, ma anche su un dibattito aperto nel rispetto della libertà di espressione. Un tale obiettivo dovrebbe essere raggiunto attraverso la promozione dell'indipendenza degli organi di stampa e della qualità dell'informazione anche su Internet, tra l'altro, incentivando la sensibilizzazione e l'educazione dei professionisti al tema e alle problematiche collegate ai migranti.

Sul piano internazionale, le iniziative intraprese si scontrano con le incertezze dovute alla mancanza di strumenti universali e unitari sui migranti che non fanno che dare più spazio alla diffusione della disinformazione che a sua volta alimenta sentimenti negativi nei confronti degli stessi migranti.

---

<sup>93</sup> Abrusci E. "Disinformazione e diritti umani: lineamenti per un dialogo necessario", Senior Research Officer, University of Essex, La Disinformazione Online, 2020.

Nella lotta contro *fake news* e hate speech in relazione ai migranti è stata rilevata l'importanza di un approccio olistico del fenomeno migratorio e la necessità che la società, a tutti i livelli (dalla classe politica alla comunità economica e alla società civile), sia interessata dalla politica di contrasto alla xenofobia che è all'origine dell'esclusione e della diffusione di odio. Infatti, affinché vi sia una vera inclusione, occorre che l'azione abbia origine dalle istituzioni politiche, ma che sia anche condivisa dalla società civile: l'integrazione non è il risultato unicamente di politiche che offrono opportunità di educazione e di lavoro per i migranti, ma riguarda anche la possibilità che questi hanno di partecipare alla vita sociale nella realtà in cui vivono, e perché ciò avvenga è necessario che vi sia consapevolezza e conoscenza da parte della comunità intera. Per questa ragione, la lotta alle *fake news* e agli hate speeches contro i migranti è di fondamentale importanza perché vi sia una vera inclusione<sup>94</sup>.

---

<sup>94</sup> Attolini S., Report “*Le fake news e gli hate speeches in rete nell’ordinamento europeo e internazionale in relazione all’inclusione sociale dei migranti*”.

### **CAPITOLO 3: Gli effetti delle strategie di comunicazione sulle politiche migratorie**

Nel contesto attuale, le modalità di comunicazione esercitano un'influenza significativa non solo sull'opinione pubblica, ma anche sulle politiche migratorie. Le campagne mediatiche, i discorsi dei leader politici e le narrazioni proposte sui *social media* sono determinanti nel plasmare le decisioni politiche riguardanti i migranti. Quest'ultimo capitolo analizza come tali strategie comunicative influenzino le decisioni politiche, le politiche di integrazione e le visioni politiche a lungo termine, con un focus particolare sul contesto italiano durante la pandemia da Covid – 19.

La pandemia ha portato a sfide senza precedenti nelle politiche migratorie, sottolineando ulteriormente il ruolo centrale delle strategie comunicative nel processo decisionale politico. Durante la crisi sanitaria globale, il discorso sull'immigrazione è stato spesso utilizzato per legittimare o delegittimare posizioni politiche differenti. Le strategie comunicative adottate in questo periodo critico hanno influenzato non solo le politiche immediate, ma anche la percezione a lungo termine dei migranti. Il tema dell'immigrazione è stato frequentemente associato a questioni di sicurezza sanitaria, influenzando il processo decisionale politico e le politiche migratorie.

Nell'era digitale i *social media* e le piattaforme online utilizzano algoritmi per personalizzare il contenuto mostrato agli utenti. Questo porta alla creazione di “*echo chambers*” o camere dell'eco, in cui gli utenti sono esposti principalmente a informazioni e opinioni che rafforzano le loro convinzioni preesistenti. Gli algoritmi tendono ad isolare gli utenti da opinioni contrarie, creando un ambiente in cui le narrative polarizzate sull'immigrazione possono prosperare indisturbate.

Matteo Salvini, leader del partito Lega, è noto per la sua abilità nell'utilizzare i *social media* per diffondere i messaggi incisivi e spesso divisivi sull'immigrazione. Salvini impiega una strategia comunicativa che enfatizza i pericoli e le minacce percepite associate ai migranti, una strategia descritta come “comunicazione della paura”: la sua strategia si focalizza sulla creazione di un clima di paura e incertezza, collegando l'immigrazione a problemi di sicurezza e ordine pubblico.

Le politiche migratorie non solo regolano chi può entrare e rimanere in un Paese, ma svolgono anche un ruolo cruciale nel determinare come i migranti possano integrarsi nella società ospitante. Le politiche di integrazione adottate dai governi possono facilitare, oppure ostacolare significativamente l'integrazione dei migranti nel Paese ospitante. Infine, quest'ultimo capitolo esplora le prospettive a lungo termine delle politiche migratorie e i paradigmi politici che potrebbero emergere come conseguenza delle strategie comunicative attuali. Le modalità di comunicazione adottate durante la pandemia, e non solo, hanno ridefinito il modo in cui le società percepiscono e gestiscono l'immigrazione.

Comprendere queste dinamiche è essenziale per promuovere una comunicazione che supporti politiche migratorie giuste ed equilibrate, capaci di affrontare efficacemente i flussi migratori e di favorire l'integrazione e la coesione sociale a lungo termine.

### **3.1 Processo decisionale politico: come si (de)legittima il discorso migratorio durante la pandemia da Covid – 19 in Italia**

Durante il 2020, nonostante un sistema comunicativo stressato dall'emergenza sanitaria, nell'agenda dei media si è continuato a parlare di migrazioni, seppur in misura sensibilmente ridotta rispetto agli anni precedenti<sup>95</sup>.

---

<sup>95</sup> Associazione Carta di Roma, “Notizie di transito. VIII Rapporto Carta di Roma”, 2020.

L'emergenza ha prodotto una macro – cornice di significato, capace di inquadrare gli eventi in un'unica narrazione, costruendo un campo discorsivo politicamente polarizzato<sup>96</sup> e potenzialmente in grado di consolidare le politiche migratorie definite dalla paura<sup>97</sup>.

Durante i primi mesi della diffusione della pandemia, si ha assistito infatti, a un'ulteriore chiusura dei porti italiani dichiarati “non sicuri” e a una continua sospensione del diritto di soccorso in mare. Tali dinamiche rischiano di normalizzare dei linguaggi fondati sull'alterizzazione dei migranti e legittimare pratiche discriminatorie nei loro confronti<sup>98</sup>. In altri termini, la pandemia è venuta a costituire un campo simbolico dissonante, polarizzante e politicizzato in grado di alimentare, soprattutto nei social media, un crescente sovranismo pandemico<sup>99</sup>.

A partire da questo contesto, studiare come le migrazioni vengono rappresentate dai politici durante la pandemia permette di comprendere le ricontestualizzazioni dei modelli storici e degli scenari di emergenza con i quali si legittimano discorsi e politiche di inclusione e di esclusione, influenzando immaginari presenti e futuri sul piano ideologico.

A proposito dell'evoluzione del rapporto fra media e politica, gli studiosi hanno parlato di popolarizzazione della politica o di popolarizzazione della comunicazione politica, per intendere un progressivo avvicinamento fra cultura popolare e cultura politica. Si è parlato di *intimate politics*, *celebrity politics* e più recentemente di *memetic politics* per denotare processi di spettacolarizzazione delle leadership contestualizzati all'interno dei linguaggi e delle logiche dei social

---

<sup>96</sup> Battistelli F., Galantino M.G., “Sociologia e politica del Coronavirus. Tra opinioni e paure”, Franco Angeli, Milano, 2020. Boccia Artieri G., “Polarizzazione della politica online: ambivalenza, performatività e algoritmi”, Comunicazione Politica, 2019.

<sup>97</sup> Wodak R., Meyer M., “Critical discourse analysis: history, agenda, theory, and methodology», in Wodak R.M., Meyer M. (Eds.), *Methods for Critical Discourse Analysis*, Sage Publications, Thousand Oaks, 2001.

<sup>98</sup> Milani S., “Costruzioni sociali dell'alterità migrante nella società della pandemia: tra disattenzione pubblica, disciplinamento e pratiche emergenti della solidarietà”, in Società Mutamento Politica, 2021. Pastore E., “Migrazioni e pandemia: interazioni empiriche e spunti teorici”, in Mondi Migranti, 2021.

<sup>99</sup> Boccia Artieri G., “A Voce Alta. Pandemic politics: un nuovo campo discorsivo per la ricerca sulla politica”, in Comunicazione politica, 2020.

media. I media digitali hanno infatti accelerato i processi di personalizzazione, disintermediazione, semplificazione e velocizzazione della comunicazione politica. Alcuni leader, più di altri, hanno saputo adattarsi a tali cambiamenti sposando strategie comunicative alternate a seconda del contesto e dell'opportunità, virando la comunicazione verso un'enfatizzazione dei caratteri di straordinarietà o verso la sottolineatura della loro ordinarietà. L'ampia letteratura che identifica i *social media* come canali preferenziali nella diffusione dell'ideologia populista ha mostrato che i leader prediligono i social ai talk show e Facebook, in particolare, continua ad essere la piattaforma più efficace nel promuovere l'engagement dei follower, nonostante esistano specificità sia nell'uso delle piattaforme che nel tipo di comunicazione.

Il fenomeno, in altre parole, non interessa esclusivamente i movimenti di destra, estremisti e sovranisti, ma è sempre più diffuso nello spettro politico. Sebbene non si possa affermare che i *social media* abbiano determinato linearmente la "svolta" verso il populismo, le offerte tecnologiche, il design e i requisiti dei media digitali hanno dato slancio alla promozione del discorso populista, valorizzandone il contenuto affettivo rispetto a quello razionale.

La relazione tra migrazioni e pandemia può essere compresa come complessa interazione biunivoca tra due "fatti sociali totali" dove il primo mostra la sua natura strutturale, mentre il secondo risulta maggiormente imprevedibile e traumatico. Dal 2015 il fenomeno riconosciuto come "crisi dei rifugiati" ha riguardato una questione umanitaria, politica e sociale interessata ai processi di politicizzazione e mediatizzazione che beh ha rappresentato sia l'urgenza di politiche migratorie che la natura strutturale dell'immigrazione. Per politicizzazione dell'immigrazione si intende quel processo di espansione del conflitto sul tema all'interno del sistema politico e, in particolare, nell'ambito della competizione dei partiti nazionali che sfocia, non solo nella necessità di evidenziare le differenze tra schieramenti, ma nella reciproca delegittimazione dell'avversario.

La salienza del tema nelle agende dei media ha ampliato gli attori politici partecipi, dando vita a un dibattito fortemente polarizzato, che ha visto contrapporsi visioni che enfatizzano una ri – legittimazione delle identità nazionali e posizioni transnazionali basate sull’unità, la diversità e un progetto comune di solidarietà. La normalizzazione delle politiche della paura ha permesso un rafforzamento di pratiche di esternalizzazione e moralizzazione dei confini mettendo in primo piano l’illegalità dei flussi e lo spettacolo della frontiera. Tuttavia, recenti studi evidenziano come la “crisi dei rifugiati” non abbia introdotto elementi innovativi a livello discorsivo, ma piuttosto abbia prodotto una ricontestualizzazione nazionale e transnazionale dei modelli storici con cui si percepiscono i fenomeni migratori e le persone che migrano attraverso la modificazione di argomenti e temi da un piano pubblico a un altro.

Confrontando il tema dell’emergenza sanitaria con quello della “crisi migratoria” va notato come entrambi presentino un distacco dalla “normalità informativa”, grazie alla combinazione fra elementi di notiziabilità, spettacolarizzazione della “minaccia alla sicurezza” e conseguente reclamo di misure speciali che legittimano il processo di securizzazione. I fenomeni vengono visti come emergenze da affrontare a viso aperto. Il contrasto agli indesiderati invasori della nostra quotidianità è metaforicamente accostato alla guerra. Contro i migranti e virus si usa il medesimo registro bellico che la Sontag aveva messo in luce a proposito della lotta all’AIDS. In sintesi, il Coronavirus ha incarnato il ruolo del nemico offrendo un repertorio di analogie e di associazioni uniche nella definizione dello stato di crisi.

La letteratura interessata alla comunicazione politica dell’immigrazione durante la pandemia appare attualmente ancora in evoluzione. Gli studi sull’argomento confermano che il fenomeno è rimasto al centro dell’agenda comunicativa dei politici di destra, specialmente Matteo Salvini e Giorgia Meloni. Se il dato non sorprende, più significativo è sottolineare come il volume di

interazioni generato dai contenuti dei due leader politici sia ancora superiore rispetto a quello generato da altri temi.

Nonostante i migranti non rappresentino i principali responsabili delle epidemie e il loro movimento non è stato associato alla diffusione significativa di infezioni alle popolazioni ospitanti, la crisi sanitaria da Coronavirus sembra aver rafforzato la tendenza alla securitarizzazione nel tentativo di proteggere l'*ingroup* degli "estranei" che rappresentano una minaccia per il benessere nazionale. Permangono, dunque, anche nel caso italiano frame allarmistiche che alimentano la retorica dell'emergenzialità rafforzata dai meccanismi di *scapegoating* verso le persone che migrano, spesso narrati come categorie pericolose per la trasmissione dei virus, ma anche immorali detentori di presunti benefici<sup>100</sup>.

Gli effetti della pandemia sono stati diversificati sul territorio e sembra opportuno sottolineare che non devono preoccupare solo quelli sui flussi in ingresso, ma anche e soprattutto quelli sui percorsi di inclusione della popolazione residente stabilmente sul territorio. La popolazione straniera sembra aver pagato un prezzo alto alla pandemia, non in termini di vittime, ma in termini di accresciute difficoltà socioeconomiche. Il Rapporto del Ministero del Lavoro, pubblicato nel 2021, mette in evidenza una netta difficoltà degli stranieri nel mercato lavorativo: nel 2020, il numero degli occupati stranieri è diminuito notevolmente. La pandemia sembra aver colpito in maniera più incisiva i lavoratori stranieri e, in generale, i principali indicatori del mercato del lavoro segnalano il peggioramento della condizione occupazionale dei cittadini stranieri. Anche dal punto di vista della povertà, la crisi da Covid - 19 sembra aver aumentato i rischi corsi dagli stranieri: nel 2019, l'incidenza della povertà assoluta tra i cittadini stranieri era del 26,9%, mentre nel 2020 ha raggiunto il 29,3%; la situazione fortemente svantaggiata degli immigrati risulta ulteriormente aggravata.

---

<sup>100</sup> Lucchesi D., Romania V., "I politici e l'immigrazione su Facebook: come si (de)legittima il discorso migratorio durante l'emergenza sanitaria", Società Mutamento Politica, Rivista Italiana di Sociologia, 2022.

È evidente che le politiche migratorie e di rilancio del Paese non possono non tenere conto dell'importanza di riavviare anche i percorsi di integrazione, in quanto l'immigrazione rappresenta una risorsa della quale l'Italia ha un potenziale bisogno<sup>101</sup>.

### **3.1.1 Echo chambers: come gli algoritmi influenzano il nostro pensiero**

La manipolazione dell'opinione pubblica è stata tradizionalmente praticata ripetendo più e più volte lo stesso messaggio al grande pubblico e ai mezzi di comunicazione per montare una particolare narrazione nell'interesse di qualcuno. Ciò avviene con frasi che, proprio come gli annunci commerciali, vengono ripetute una infinità di volte fino a quando non vengono completamente assimilate dall'opinione pubblica. I *social media* sono diventati un'estensione di tutto questo; oggi gli incentivi economici su Internet promuovono un ambiente di *clickbait* e di gratificazione immediata, originariamente usato per la pubblicità online, e guadagnare, ma che risulta perfetto anche per gli slogan politici, in particolare in un momento come questo di demonizzazione della politica. Con i *social media* che stanno diventando sempre più la piattaforma primaria per il consumo di informazioni, è chiaro che siano diventati anche un campo da gioco per la propaganda e le campagne di disinformazione. Con questo tanto discutere di *fake news* e *social media bots*, stiamo vivendo una tendenza verso una sorta di techno – fatalismo, che trova nella tecnologia un capro espiatorio per importanti questioni sociali e politiche, come l'immigrazione. Stiamo vedendo lo svilupparsi di alcuni movimenti che invocano una sorta di sovra – regolamentazione dei contenuti online. Ad esempio, in Germania, è stata adottata una legge che impone delle multe di decine di milioni di euro a società, utenti, e via dicendo che non eseguono un adeguato e tempestivo filtro dei contenuti e replicano alle *fake news*.

---

<sup>101</sup> Prati S., Conti C., "L'influenza della pandemia di Covid – 19 sui flussi migratori verso l'Italia e sui percorsi di integrazione degli immigrati", Istituto Nazionale di Statistica, Roma, 2022.

Questi sono fenomeni complessi che richiedono uno studio profondo e scrupoloso per essere compresi appieno. Non esiste ancora una indicazione solida di quale sia l'impatto reale delle *fake news*, delle *echo chambers* e dei *boots* dei *social network*, e, sebbene possano averne, è obbligatorio, prima di adottare ulteriori leggi e controlli, avere una buona e documentata visione di quale sia la natura di questo problema. Queste questioni devono essere analizzate nel contesto geografico e sociopolitico in cui si manifestano<sup>102</sup>.

Focalizzandoci sulle *echo chambers*, numerosi studi empirici e contributi teorici sostengono che gli utenti della rete tendono a frequentare prevalentemente spazi online che riflettono il loro sistema di credenze, agevolando la formazione di gruppi polarizzati che condividono valori e interessi comuni, costituendo una sfera pubblica sempre più frammentata in spazi separati denominati *cyber – ghetti*. Si parla di chiusura cognitiva, ovvero di una maggiore disponibilità a consumare e diffondere solo contenuti che sostengono il proprio punto di vista, aumentando il rischio dell'estremizzazione delle opinioni e alla formazione delle cosiddette *echo chambers*, o camere di risonanza, nelle quali viene convalidato in modo continuo e ricorsivo lo stesso punto di vista. Il consumatore digitale viene spinto a rifiutare la possibilità di dialogo con chi la pensa in modo diverso, alla ricerca di gratificazione per la propria posizione, in un ambiente favorevole e chiuso ad ogni corrente di pensiero opposta che porta con sé il rischio di estremismi. Ad alimentare questo processo di frammentazione e polarizzazione contribuiscono gli algoritmi che governano i *social network*, in quanto ci espongono solo ai contenuti verso i quali abbiamo mostrato interesse al fine di rendere positiva la nostra esperienza sulla piattaforma.

A proposito della frammentazione si parla di *niche audiences*: nicchie di pubblico frammentate che favoriscono la diffusione di microclimi di opinione negando spazi di discussione e confronto tra gli utenti. Nelle *echo chambers*

---

<sup>102</sup> <https://www.amnesty.it/la-manipolazione-dellopinione-pubblica/>

vengono forniti agli individui che vi si trovano all'interno solo le coordinate di uno specifico microclima di opinione che si auto alimenta.

La dinamica della frammentazione e della polarizzazione rischia di favorire la diffusione delle cosiddette *fake news*. La loro diffusione è stata notevolmente incrementata dai processi di globalizzazione e di digitalizzazione: oggi risulta più facile far circolare notizie false, anche di incerta origine, e la velocità con cui si diffondono è tale da rendere molto complicato verificarle e smentirle. Le *fake news* trovano proprio nelle *echo chambers* un luogo privilegiato, complice il rapporto di fiducia che lega la comunità di utenti che vi partecipa, che porta a condividere e diffondere ogni contenuto senza verificare, così come a difenderlo di fronte a contestazioni da parte di soggetti esterni.

Una delle conseguenze possibili della diffusione di *echo chambers* è il fenomeno dell'*hate speech*: persone che hanno medesime idee possono esaltarsi a vicenda, promuovere campagne di odio nei confronti dei gruppi avversari che vengono trattati alla stregua di nemici. Un fenomeno capace di incanalare una rabbia vibrante, presente nella vita della collettività e scaricata nei confronti di categorie specifiche, segnate da una alterità tale da farle vivere come diverse e nemiche, primi fra tutti, sono gli immigrati e i richiedenti asilo<sup>103</sup>.

Le *echo chambers* hanno come effetto il fenomeno del *confirmation bias*, il processo mentale umano che porta a ricercare o a interpretare informazioni sulla base di una precisa ipotesi. Si tratta di un meccanismo inconscio, non esplicito, un difetto nel ragionamento che porta a dare meno peso o addirittura ad ignorare evidenze che falsificherebbero la propria posizione, mentre si tende a dare maggior risalto a quegli elementi che possono confermarla. I processi di *confirmation bias* possono costituire un forte elemento di disturbo nella strada verso una società inclusiva. Razzismo, sessismo e pregiudizi di qualsiasi genere poggiano le loro

---

<sup>103</sup> Musarò P., Parmiggiani P., "Ospitalità mediatica. Le migrazioni nel discorso pubblico", Franco Angeli, 2022.

radici proprio su dinamiche mentali di questo tipo, che escludono selettivamente evidenze che permetterebbero di rompere le preesistenti ipotesi per sostituirle con elementi più vicini alla realtà dei fatti.

A causa del pregiudizio di conferma, gli individui sono normalmente inclini a non cercare di falsificare le loro posizioni, bensì di convalidarle. Questi atteggiamenti si inseriscono nelle abitudini cognitive di formazione e radicalizzazione delle opinioni. Ad esempio, tutti gli articoli di cronaca che indicano nel titolo la nazionalità di coloro i quali si sono resi protagonisti di episodi negativi come risse, rapine e omicidi, anche quando l'informazione non è necessaria alla comprensione della notizia. Così facendo, l'utente potrebbe essere incline a credere all'ipotesi che “tutti gli immigrati compiono atti negativi” e trovare un elemento di conferma nel titolo della notizia, convincendosi sempre di più della veridicità della sua tesi discriminatoria rendendo terreno fertile a pregiudizi e discriminazioni contro tutti gli immigrati<sup>104</sup>.

*Echo chambers e confirmation bias* sono politicamente efficaci, perché tutto ciò che crea sentimenti polarizzati funziona. Sono il motivo per il quale politici come Matteo Salvini, oppure Luca Morisi, attirano migliaia di like e condivisioni sui social media. Il problema è che un eccesso di polarizzazione conduce a una progressiva estremizzazione di tutto il dibattito pubblico. I meccanismi di distorsione dei politici sono dovuti all'impatto dei *social network*. Questi ultimi sono diventati lo specchio e l'assenza, allo stesso tempo, della politica attuale. Sono il luogo dove risiedono i dati degli che interessano ai partiti e sono anche il luogo verso il quale i partiti veicolano in primis le loro comunicazioni, l'ambito più importante di qualsiasi altro mezzo di comunicazione oggi esistente<sup>105</sup>.

---

<sup>104</sup> Balbinot B., “*Confirmation bias: l'algoritmo mentale*”, Tesi per il corso di alta formazione “La passione per la verità: come informare promuovendo una società inclusiva”, 2021.

<sup>105</sup> <https://www.ilfoglio.it/politica/2019/02/17/news/cosi-le-camere-delleco-hanno-ammazzato-larte-della-persuasione-237738/>

### 3.1.2 La strategia social di Matteo Salvini: gli effetti di una comunicazione allarmistica

I social, più degli stessi politici, assumono le fattezze di un *trickster* minaccioso per la democrazia, poiché invece di costruire un campo di interazioni informale e neutrale, dove i discorsi si sostanziano come una forma di libera espressione individuale, sembrano essere sempre più lo scenario di propagande esplicite, di tentativi di catechizzazione caratterizzati da un linguaggio sempre alla ricerca di colore, stupore, attesa e sensazione<sup>106</sup>. La manipolazione delle passioni del pubblico, il far provare emozioni “comandate” dalle parole, dipende dalle qualità dell’oratore, che deve mettere in scena i suoi stati d’animo, incarnarli, collegarli a eventi, cose e persone concrete, in modo da indurre la partecipazione emotiva desiderata. Tra le passioni politiche mirate a guadagnare i favori dell’opinione pubblica c’è la paura, perché il saper provocarla e attenuarla rientra nell’arte di governare il popolo, soprattutto nei momenti di relazione e comunicazione diretta, attraverso cui si costruiscono universi di credenze verosimili che innescano prima il sentire e poi l’agire. La paura si sostanzia come ideologia e strumento di consenso, da alimentare tramite i *social media* che provocano media shock semplicemente diffondendo notizie, testi sincretici dotati del potere di fomentare attenuare l’ansia di nuove e vecchie minacce ai danni dell’umanità<sup>107</sup>. In questo modo, azioni, reazioni e passioni del pubblico vengono incanalate in frame, in cornici di esperienza, attraverso cui il loro comportamento viene premediato, previsto e sceneggiato così come i significati da attribuire agli eventi e alle circostanze del quotidiano.

La paura come passione politica e ideologica contemporanea sembra trovare il culmine della sua manifestazione nei discorsi sui *social media* di Matteo

---

<sup>106</sup> Pezzini I., “Lo spot elettorale. La vicenda italiana di una forma di comunicazione politica”, con un saggio di Paolo Guarino, Meltemi, Roma, 2001.

<sup>107</sup> Grusin R., “*Radical Mediation. Cinema, estetica e tecnologie digitali*”, a cura di Maiello, Pellegrini, Cosenza, 2017.

Salvini, assurti a modello di quelli del senso comune perché costruiti su universi di credenze verosimili dove sensibile e azione coincidono. Matteo Salvini, politico italiano e segretario del partito nazionalista Lega dal 2013, grazie alla continua esternazione dei suoi stati d'animo, è il politico italiano più seguito sui *social network*, perché considerato dal pubblico come un personaggio vero, genuino, umano e orgoglioso delle sue emozioni.

Definito “Ministro della paura” dal giornalista Antonello Caporale nel 2018 e anche “Professore della paura” da Laura Boldrini in un'intervista rilasciata a Fanpage.it<sup>108</sup>, rimane il fatto che Matteo Salvini ha saputo capitalizzare questa passione nell'ambito della sua campagna elettorale permanente, nel senso che ogni sua esternazione social mediale è un tassello della sua propaganda ideologica, immanente ai suoi account Facebook, Instagram e Twitter<sup>109</sup>. La paura salviniana ha sempre un oggetto fobico ben definito, a scadenza regolare, scolpisce la massa fobica dandole una direzione ben precisa, polarizzandola su immigrati e su oppositori di ideologie contrastanti, tracciando i confini delle zone di connotazione in cui il senso comune possa sentirsi a suo agio, dove i fatti del mondo possono essere giudicati e discussi con il linguaggio e i criteri considerati più adatti alla protezione della specie, dell'italiano medio. Sui *social media*, Salvini costruisce la sua *web reputation* come effetto di senso generato da una contrattazione degli affetti di un popolo sovrano delle cui conversazioni si erge protagonista indiscusso, direttamente e indirettamente<sup>110</sup>.

Matteo Salvini attualizza continuamente le sue disposizioni affettive caratterizzanti attraverso termini come “schifo”, oppure, “ruspa”, “invasione”, e mediante immagini dotate di forte densità referenziale, oppure tramite dirette Facebook realizzate in modalità selfie in primo piano, per valorizzare ogni espressione del suo volto, canale preferenziale per le manifestazioni del suo regime

---

<sup>108</sup> <https://youmedia.fanpage.it/video/> - video intervista del 28 luglio 2018.

<sup>109</sup> Report di Terracciano B., “*Il linguaggio della paura: la strategia social mediale di Matteo Salvini*”, 2019.

<sup>110</sup> Peverini P., “Reputazione e influenza nei social media. Una prospettiva sociosemiotica”, in Pezzini I., Spaziant L., a cura, Corpi mediali, ETS, Pisa, 2014.

interpretativo patemico da trasferire per contagio all'opinione pubblica, di cui intende determinare gli stati emotivi. I *topic* salviniani sono correlati da legami passionali volti a innescare nel pubblico un coinvolgimento emotivo teso ai bisogni primari e all'esaltazione del potere evocativo dell'italianità, la cui rappresentazione stereotipata educa all'espressione di giudizi di valore orientati da sovranismo e populismo, inducendo una mentalità diffusa, densa e subdola, pervasa da banalità e luoghi comuni. Nella retorica salviniana degli ultimi anni la paura ricorre spesso, assume significati diversi in relazione ai contesti in cui viene evocata; pertanto, si potrebbe descrivere come poliedrica e multifunzionale, duttile e avvezza ad adattarsi alle varie occasioni d'uso, ma anche proteiforme dato che spesso cambia volto e nome.

Salvini ricorre a schemi fissi, che si adattano perfettamente agli eventi che servono a mettere in scena le varie sfaccettature della paura:

- a) Azioni sacrileghe contro la sua persona e il suo partito;
- b) Episodi violenti legati agli immigrati;
- c) Risposte a dichiarazioni dei suoi oppositori – modello, incarnati dall'Europa e dagli esponenti di sinistra.

Soffermandoci sul punto b), il 28 aprile 2018, su Twitter, Salvini pubblica il link a un articolo del Il Giornale intitolato "*rapine a Milano, i due nordafricani arrivati con i barconi nel 2017*" e che commenta con "*Clandestini. Sbarcati, mantenuti, fermati, arrestati e rilasciati, assassini. Voglio guidare un'Italia in cui i delinquenti abbiano PAURA*". Così facendo sta legittimando l'unica tipologia di paura da contemplare in uno stato governato dal buonsenso, quella provata dal "cattivo" ed evidenziata dal maiuscolo, corrispondente a un aumento di tono della voce per attirare l'attenzione sui punti focali degli eventi narrati, cercando di contagiare i follower con le passioni provate. Gli episodi legati agli immigrati scatenano la paura dell'altro, del diverso, capace di attentare all'incolumità di un'intera nazione, mentre la paura trasformativa seminata dagli oppositori modello

genera una rabbia proattiva, che spinge Salvini a rinsaldare le sue posizioni ideologiche e politiche.

L'idioletto salviniano si fonda su passioni costanti e ricorrenti, la cui intensità ed estensività ha un andamento regolare durativo e iterativo perché trova spazio all'interno dei *social media*. La paura rappresenta una soluzione e viene modalizzata secondo un voler eliminare (con la ruspa) i soggetti ai margini, quelli che danno fastidio e si contrappone al voler far del bene, all'amore per la patria e per i connazionali. La paura serve come incitamento per passare dalla teoria alla pratica, per sopperire al disagio provocato dallo "schifo", correlato non solo a uno stato emotivo, ma anche a una situazione intollerabile, come dimostra il tweet del 6 agosto 2018 "*I Carabinieri hanno fermato a Gallipoli (Lecce) sette IMMIGRATI richiedenti asilo, gambiani e senegalesi, per spaccio di DROGA, venduta anche a minorenni. Sto lavorando per fermare questo schifo, rimandare a casa questi delinquenti e non farne arrivare altri. Io non mi fermo!*". La paura pertiene a un regime della possibilità, di ciò che potrebbe accadere e dunque relativa a credenze relative a possibili scenari; essa presentifica la soluzione in un'ottica di moralizzazione delle sceneggiature narrative ricorrenti, innescando effetti di senso discorsivi ben precisi e latori di voti. Salvini scrive letteralmente come parla e parla senza adattare il registro di espressione alla situazione di comunicazione, cioè si limita ad usare i "meccanismi linguistici e semiotici tipici dell'oralità primaria. I suoi tweet, grazie anche alla loro carica *memetica* e virale, vengono reinterpretati e visualizzati sempre da più persone, condivisi trasversalmente su tutti i media, vecchi e nuovi<sup>111</sup>.

---

<sup>111</sup> Report di Terracciano B., "*Il linguaggio della paura: la strategia social mediale di Matteo Salvini*", 2019.

### **3.2 L'effetto delle politiche migratorie sull'integrazione dei migranti**

Le politiche migratorie sono di due ordini: le politiche di immigrazione, e le politiche per gli immigrati. Anche se collegate, si muovono quasi sempre su binari opposti. Negli ultimi anni le politiche nazionali di immigrazione sono state imperniate sempre più sulla dimensione della sicurezza nazionale e dell'ordine pubblico; l'obiettivo è quasi ovunque quello di limitare gli ingressi nel Paese imponendo requisiti restrittivi per il rilascio di permessi e aumentando i controlli alle frontiere, fino ad arrivare al rimpatrio forzato degli immigrati irregolari. Tra le conseguenze delle misure restrittive vi è certamente un rafforzamento dell'industria dell'immigrazione irregolare e il passaggio nell'area dell'irregolarità anche di molti immigrati regolari, facendo crescere il lavoro nero, informale o illegale.

Di altro ordine sono le politiche per gli immigrati, le politiche che necessariamente devono essere messe in atto per rispondere alla presenza degli immigrati e alla loro richiesta di asilo. La globalizzazione ha imposto ovunque strategie di decentramento: con la riduzione del ruolo dello Stato e le politiche liberiste adottate a partire dagli anni Ottanta, i governi locali sono diventati attori indispensabili per gestire gli effetti della globalizzazione sui territori locali, il loro sviluppo e le loro popolazioni. Le strategie di decentramento hanno spostato sui governi locali responsabilità, poteri e risorse anche per quanto riguarda l'immigrazione<sup>112</sup>.

L'apertura e la chiusura delle politiche migratorie influenzano il numero e il carattere dei migranti che arrivano in un Paese, e della popolazione migrante già presente in un Paese. Le politiche migratorie influiscono anche sui risultati di integrazione dei migranti e sulla probabilità che essi rimangano in quel Paese. Inoltre, hanno un impatto duraturo sulle società democratiche: i recenti

---

<sup>112</sup> Report, Balbo M., *“Politiche di immigrazione vs politiche per gli immigrati: risposte locali ad un processo globale”*.

respingimenti alle frontiere esterne dell'UE, l'aumento del controllo delle migrazioni all'interno dell'Unione e le porte aperte agli afflussi di rifugiati in fuga dalla guerra in Ucraina mettono in discussione l'efficacia delle attuali politiche migratorie restrittive in Europa. Tali politiche e pratiche però non sono riuscite a scoraggiare i migranti alla ricerca di migliori condizioni di vita o di protezione, quando, invece, possono causare più violazioni dei diritti umani<sup>113</sup>.

Le politiche migratorie possono influenzare sia il volume complessivo dei flussi migratori, sia la stessa composizione (ad esempio, in termini di competenze, età, oppure origine nazionale). Negli ultimi decenni, diversi studiosi delle migrazioni hanno sostenuto che c'è un divario tra gli obiettivi delle politiche restrittive e i loro risultati osservati. È stato osservato che la migrazione internazionale è principalmente guidata da altri fattori, come gli squilibri del mercato del lavoro, le ineguaglianze nella ricchezza e i conflitti politici nei Paesi di origine; fattori su cui le politiche migratorie hanno un impatto marginale. D'altra parte, questa visione scettica contrasta con quella di altri ricercatori, che sottolineano che le politiche migratorie sono state sempre più efficaci nell'influenzare il tasso di reddito e la composizione dei flussi migratori. Le politiche migratorie restrittive riducono i flussi, soprattutto nel campo delle politiche di asilo, delle politiche di migrazione familiare e delle politiche in materia di visti. Questa limitazione ha effetti indesiderati, come scoraggiare la migrazione di ritorno e incoraggiare i movimenti irregolari, aumentare gli insediamenti permanenti tra alcuni gruppi di migranti e aumentare la tendenza verso canali di migrazione alternativi e talvolta rischiosi. Particolarmente interessante è l'evidenza che le politiche di ammissione più restrittive e maggiori sforzi di applicazione delle frontiere tendono a produrre un aumento del numero di migranti privi di documenti, che è esattamente ciò che le politiche mirano a ridurre.

---

<sup>113</sup> Solano, G., Yilmaz, S., & Huddleston T., *"The link between migration policies and migration and migrant integration dynamics"*, an overview of the existing literature (Deliverable 8.1), 2022.

Le politiche migratorie influenzano anche la selezione e la composizione della migrazione. In altre parole, possono essere utilizzate come strumento per la selezione dei migranti. Esse possono essere più restrittive nei confronti di gruppi specifici, come i migranti irregolari e le persone che si uniscono alle loro famiglie, ma possono essere anche meno restrittive nei confronti dei migranti ad alta e bassa qualificazione. Le politiche selettive in materia di qualifiche sono sempre più diffuse nei Paesi di destinazione di tutto il mondo. Un numero crescente di Paesi tende a selezionare potenziali migranti in base alle loro caratteristiche osservabili, come l'istruzione e la capacità linguistica. Ad esempio, l'UE ha introdotto la Carta Blu UE per dare ai lavoratori altamente qualificati, provenienti da Paesi terzi, il diritto di vivere e lavorare in un Paese dell'Unione, a condizione che abbiano qualifiche professionali più elevate. Inoltre, nel quadro dell'approccio globale in materia di migrazione definito nel patto sulla migrazione e l'asilo, la Commissione Europea ha recentemente proposto di rivedere la direttiva sul permesso unico di lavoro e soggiorno che renderà il processo più rapido e più facile per i richiedenti e i lavoratori dipendenti<sup>114</sup>. Sebbene gli Stati, in linea di principio, abbiano il diritto di prendere in considerazione le competenze a favore della selezione di un potenziale migrante rispetto ad altri, le politiche selettive in materia di competenze non dovrebbero prevalere sul dovere degli Stati di accogliere altri potenziali migranti che cercano protezione o migliori condizioni di vita (ad esempio, i rifugiati o i migranti familiari). In effetti, queste politiche selettive per le competenze non dovrebbero essere utilizzate come un modo per limitare l'accettazione di altri potenziali migranti, altrimenti esse stesse possono produrre i medesimi effetti collaterali delle politiche restrittive.

Differenti sono le politiche inclusive, perché aumentano la qualità della vita dei migranti. Ad esempio, la garanzia della parità di diritti e l'attuazione di politiche mirate possono influire positivamente sul loro livello di istruzione. Le

---

<sup>114</sup> Czaika, M., & Parsons, C. R., *"The Gravity of High-Skilled Migration Policies"*, 2017.

politiche di integrazione favoriscono la partecipazione politica elettorale e non dei migranti. La salute mentale dei e fisica dei migranti è influenzata dalle politiche di integrazione di un Paese e dalle politiche sanitarie per loro. Inoltre, in ambito giuridico, le politiche di naturalizzazione hanno effetti costantemente forti e positivi sulle possibilità dei migranti di acquisire la nazionalità del Paese di destinazione, il che rappresenta un ulteriore passo verso la loro piena integrazione nella società di accoglienza. Nel settore socioeconomico e nel mercato del lavoro, le politiche inclusive incoraggiano i migranti a investire nelle loro competenze a lungo termine, anche se la loro partecipazione a questi programmi deprime temporaneamente la loro partecipazione al mercato del lavoro.

I Paesi con approcci più aperti e inclusivi alle politiche migratorie sono fortemente associati a un maggiore senso di appartenenza e identità. Questo dà forma a come i migranti pensano e sentono il loro nuovo Paese di origine. Le politiche di integrazione non solo aumentano gli atteggiamenti positivi e le interazioni tra il pubblico e i migranti, ma creano anche un senso generale di appartenenza, fiducia e benessere. Il quadro politico è fondamentale per alleviare o rimuovere gli ostacoli istituzionali generali e per superare le sfide generali che i migranti devono affrontare nella società di accoglienza, come la discriminazione, le barriere geografiche e le questioni sanitarie. Le politiche antidiscriminazione assicurano una maggiore consapevolezza della discriminazione da parte dell'opinione pubblica e un maggiore accesso alla giustizia per le potenziali vittime. Tali politiche sembrano avere effetti positivi più chiari per i lavoratori migranti: effetti che sono stati registrati in termini di reddito dei migranti, status professionale, qualifiche per il lavoro e capacità di trasferirsi per opportunità lavorative. Inoltre, queste politiche sembrano essere tra quelle che contano di più quando si considera la cattiva salute e la depressione.

Affinché l'integrazione e l'inclusione abbiano successo, è necessario un processo bidirezionale che coinvolga la società ricevente, che dovrebbe creare opportunità per la piena partecipazione economica, sociale, culturale e politica dei migranti. Questo processo deve coinvolgere anche l'adattamento dei migranti, che

hanno tutti diritti e responsabilità nel loro nuovo Paese di residenza. Le politiche restrittive in materia di migrazione e integrazione creano un circolo vizioso di esclusione che rafforza la paura e la separazione, mentre le politiche inclusive creano un circolo virtuoso di integrazione che promuove l'apertura e l'interazione. Il modo in cui i governi trattano i migranti influenza fortemente il modo in cui migranti e pubblico interagiscono e pensano gli uni degli altri. L'approccio globale di un Paese alla politica migratoria è fortemente associato all'atteggiamento del pubblico nei confronti dei migranti; le politiche sono uno dei fattori più forti che determinano la volontà dell'opinione pubblica di accettare e interagire con i migranti<sup>115</sup>.

### **3.3 Prospettive a lungo termine?**

L'incerta traiettoria di sviluppo dei nostri sistemi sociopolitici rappresenta una sfida epistemica per l'ideazione delle politiche. La gestione dei flussi migratori si inserisce in questo scenario di fragilità sociale e mutamento delle politiche, divenendone uno degli aspetti di maggiore rilevanza e complessità. L'attenzione mediatica e politica, in special modo europea, si è infatti rivolta con insistenza crescente al fenomeno migratorio. Se già, con le crisi politiche nei Paesi Nordafricani e Mediorientali, si era iniziato a parlare di emergenza rispetto all'aumento degli arrivi e delle richieste di protezione internazionale in Europa, è dal 2015 che il costrutto "crisi europea dei migranti/rifugiati" si consolida nell'opinione pubblica. Sebbene i flussi migratori verso il continente siano considerevolmente aumentati, essi non costituiscono delle cifre tali da giustificare il riferimento insistente, nei discorsi politici e mediatici, ad un "emergenza", o persino "un'invasione". Le rappresentazioni mediatiche e politiche che hanno preferito descrivere le migliaia di morti avvenute in mare, i drammatici percorsi

---

<sup>115</sup> Yilmaz S., Solano G., "Do migration policies work?", Policy brief, Migration Policy Group, HumMingBird, 2022.

migratori e l'insufficiente capacità di gestione degli arrivi nei termini di un'emergenza incontrollabile hanno favorito il consolidarsi di pure ed insicurezze, così costruendo una narrazione indiscutibilmente pervasiva (ed utile ad alcune forze politiche in cerca di consenso), ma non corrispondente alla realtà del fenomeno. Restano, al contrario, sotto tematizzate le frammentarie e contraddittorie politiche d'accoglienza adottate a livello europeo, nazionale e locale, che avrebbero dovuto fornire reali opportunità d'inclusione nei territori in maniera sicura e dignitosa.

Lo stato delle politiche migratorie europee evidenzia la complessità e la difficoltà associate alla definizione operativa dei concetti di accoglienza e integrazione. Si profila il rischio che questi obiettivi rimangano confinati al piano formale e non si traducano in programmi concreti ed effettivi. Tale indeterminatezza si riflette nelle strategie di inclusione di richiedenti asilo e rifugiati, che mostrano risultati spesso incoerenti e aleatori, con ripercussioni sulle identità dei migranti stessi, che si confrontano con problemi di marginalizzazione e non accettazione che molto dipendono dal territorio in cui si vengono a trovare e dai soggetti da cui sono presi in carico. Il settore dell'accoglienza subisce relazioni e negoziazioni quotidiane tra gli attori (richiedenti asilo, operatori, istituzioni, ecc.), la debolezza della *governance* europea e nazionale del fenomeno migratorio. La "crisi migratoria" sembra, su un piano di analisi più astratto, rafforzare il regime di frontiera già operante nella sfera sociopolitica europea. È di fatto dall'Ottocento, con il colonialismo e le migrazioni verso l'Europa, che si determinano nuove forme di confinamento interno – da intendere come concezioni ideologiche che razzializzano le differenze etniche – che si manifesta concretamente nella diversa accessibilità a beni e servizi (ad esempio, istruzione, lavoro e abitazione).

Questo regime di frontiera, inteso quindi non solo come *policy* del confine geografico, ma piuttosto come riflessione politica, si diffonde in maniera complessa e con molteplici modalità tanto nella collettività come nei singoli, influenzando la quotidianità e le relazioni sociali. Così il tradizionale confine

nazionale “esterno” si sovrappone in maniera intangibile e informale a quello “interno”, assumendo non solo la forma di trattamenti giuridici differenziali, ma anche di giudizio di valore escludente nei confronti delle categorie sociali che sono state realizzate<sup>116</sup>.

Lo scorso 20 dicembre 2023, il Consiglio dell’Unione Europea e il Parlamento europeo hanno raggiunto l’accordo sul nuovo patto migrazioni e asilo. Si tratta di un pacchetto legislativo che riforma le politiche migratorie nel vecchio continente. Il patto si sostanzia in una serie di dispositivi che irrigidiscono le regole per l’accesso di richiedenti asilo e rifugiati nei Paesi membri dell’UE, dando continuità a una tendenza che ha portato, in questi anni, l’Europa a chiudere sempre di più le sue frontiere esterne. Per questo i documenti prodotti stanno sollevando forti critiche da parte di molte organizzazioni che si occupano in Italia e in Europa di questo fenomeno, ma anche da parte dell’opinione pubblica. Nonostante le massime cariche europee abbiano parlato di “solidarietà” e “protezione per i vulnerabili”, la postura del futuro impianto normativo suggerisce una chiusura nei confronti dei cittadini dei Paesi terzi, già radicata nel vecchio continente, attraverso, ad esempio, le migliaia di chilometri di muri costruiti lungo i confini est, dalla Serbia fino alla Lituania. Allo stesso tempo, i negoziatori parlano di un accordo basato sulla “equa condivisione della responsabilità”. In realtà, dai documenti sembra emergere una certa deresponsabilizzazione dell’Unione Europea, più o meno esplicita a seconda degli ambiti di intervento e dell’intensità dei flussi. Inoltre, aumenta la discrezionalità della singola Nazione sul tema, soprattutto nei periodi di “crisi”.

Tutte le parti dell’accordo sembrano essere guidate dal paradigma secondo il quale i migranti non rappresentano una risorsa – in termini di arricchimento culturale, socioeconomico e nell’ottica al contrasto alla forte densità che

---

<sup>116</sup> Brancato G., D’Ambrosio G., De Marchis E., Esposito E., Ficcadenti C., Gallo R., Grivet Talocia F., Stolfi M., Tedesco M., Vaccaro A., *“Atti della III Conferenza Nazionale delle Dottorande e dei Dottorandi in Scienze Sociali”*, University Press, Sapienza Università Editrice, *“Nuovi paradigmi sociopolitici e migrazioni: un’introduzione”*, a cura di Esposito E. e Grivet Talocia F., 2018.

caratterizza il vecchio continente – bensì un “problema” da affrontare con piglio sicuro. Questo patto, infatti, rischia di limitare fortemente i diritti fondamentali di migliaia di persone che, in fuga da guerra, violenze, fame e povertà, tentano di arrivare in Europa per costruirsi una vita migliore<sup>117</sup>.

---

<sup>117</sup> <https://www.openpolis.it/il-nuovo-patto-sulle-migrazioni-chiude-le-frontiere-delleuropa/>

## Conclusioni

Il fenomeno migratorio è stato nel corso degli ultimi anni, in Italia e in Europa, un tema molto presente nel dibattito pubblico, sia politico, sia della società civile. L'intensificarsi dei flussi migratori ha posto interrogativi sulla gestione dell'accoglienza umanitaria e la cooperazione europea, generando in alcuni settori sociali e politici anche reazioni violente e di rifiuto. I media riflettono i fenomeni sociali più rilevanti come lo *storytelling*, l'*hate speech* e le *fake news*. Tutto questo accade in un Paese, come l'Italia ad esempio, caratterizzato da un sistema mediatico fortemente intrecciato con la politica. Anzi, spesso è il sistema informativo che tende ad assecondare l'agenda politica, nella quale la questione dell'immigrazione compare come terreno di scontro, e che, dunque, viene amplificata.

È possibile affermare che la *issue* immigrazione rimane sempre una tematica polarizzante e divisiva. In una dimensione diacronica di lungo periodo, nel dibattito pubblico e nel rapporto tra opinione pubblica e politica (sia nella veste istituzionale, sia nelle dinamiche dei sistemi di partito), la questione migratoria fa parte di quei temi che negli ultimi decenni stanno mettendo a dura prova la tenuta delle società liberal – democratiche contemporanee e rischiano di comprometterne i valori costitutivi, facendo così emergere la difficoltà di condividere un orizzonte culturale comune. Sappiamo che l'immigrazione non è (stata) una questione passeggera, ma rimarrà presente tra le preoccupazioni delle Nazioni e occuperà ancora i temi dell'agenda mediatica e politica nel presente e nel futuro.

In questa tesi ho voluto esplorare come la comunicazione dei media e dei *social media* influisca sulle percezioni pubbliche e sulle politiche relative all'immigrazione. Dall'analisi fatta sulle strategie di comunicazione come *storytelling*, *hate speech* e *fake news* emerge quanto sia forte il potere delle parole, che modellano le nostre percezioni e le risposte politiche al fenomeno migratorio.

Possiamo dire che, negli ultimi 30 anni, non solo in Italia, siamo di fronte a una crisi di rappresentanza sociopolitica e socioeconomica e culturale che ha impedito alle istituzioni responsabili il processo decisionale a tutti i livelli di interpretare in modo virtuoso il rapporto tra opinione pubblica e partiti politici. Le modalità con cui si inquadrano le questioni migratorie nel discorso pubblico e politico e l'influenza che la comunicazione esercita sulle politiche migratorie locali, nazionali ed europee indicano ormai un nuovo oggetto di ricerca da indagare a fondo con lenti nuove. Allo stesso modo, necessitano di nuove letture il ruolo dell'opinione pubblica e le diverse agenzie che modellano opinioni e preferenze dei cittadini. Il dibattito concernente la "crisi" della politica e il "successo" della comunicazione, utilizzando anche la lente delle migrazioni, è una interessante sfida da perseguire<sup>118</sup>.

---

<sup>118</sup> Barretta P., Pasini N., Valtolina G.G., *“Media, politica e immigrazione. Un rapporto difficile”*, Ventiseiesimo Rapporto sulle Migrazioni, 2020.



## Bibliografia

Alesina, A. Miano e S. Stantcheva, *Immigration and Redistribution*, in «NBER Working Paper Series», n. 24733, 2018.

Abrusci E. “*Disinformazione e diritti umani: lineamenti per un dialogo necessario*”, Senior Research Officer, University of Essex, La Disinformazione Online, 2020.

Amnesty International Italia “*Barometro dell'odio – Intolleranza pandemica*”, 2021.

Associazione Carta di Roma, “*Notizie di transito. VIII Rapporto Carta di Roma*”, 2020.

Attolini S., Report “*Le fake news e gli hate speeches in rete nell'ordinamento europeo e internazionale in relazione all'inclusione sociale dei migranti*”.

Bagnato K. “*Online hate speech: responsabilità pedagogico – educative*”, Annali online della Didattica e della Formazione Docente, 2020.

Balbinot B., “*Confirmation bias: l'algoritmo mentale*”, Tesi per il corso di alta formazione “La passione per la verità: come informare promuovendo una società inclusiva”, 2021.

*Barometro dell'odio: Senza Cittadinanza*”, Amnesty International, 2022.

Barretta P., Pasini N., Valtolina G.G., “*Media, politica e immigrazione. Un rapporto difficile*”, Ventiseiesimo Rapporto sulle Migrazioni, 2020.

Basso R., Pesole D. “*L'economia percepita. Dati, comunicazione e consenso nell'era digitale*”, Roma, Donzelli editore, 2019.

Battistelli F., Galantino M.G., “*Sociologia e politica del Coronavirus. Tra opinioni e paure*”, Franco Angeli, Milano, 2020. Boccia Artieri G., “*Polarizzazione della politica online: ambivalenza, performatività e algoritmi*”, Comunicazione Politica, 2019.

Bauman Z., Lyon D. “*Sesto potere. La sorveglianza nella modernità liquida*”, Laterza, 2014.

Bhanot, D., Singh, T., Verma, S. K., & Sharad, S. “*Stigma and Discrimination During COVID-19 Pandemic*”, 2021.

Binotto M. “Invaders, Aliens and Criminals. Metaphors and Spaces in the Media Definition of Migration and Security Policies”, 2015.

Binotto M. e Martino V. (a cura di) *FuoriLuogo. L’immigrazione e i media italiani*, Pellegrini/Rai-ERI, Cosenza, 2004. Etchegaray N. and Correa T. *Media Consumption and Immigration: Factors related to the Perception of Stigmatization among Immigrants*, in “International Journal of Communication” 9, pp. 3601-3620, 2015.

Binotto M., Bruno M. “Confini e nemici. Immaginario e frame delle migrazioni nel discorso pubblico italiano”, *Hermes Journal of Communication*.

Binotto M., Bruno M. *Spazi Mediali delle Migrazioni, Framing e rappresentazioni del confine nell’informazione italiana*, Sapienza Università di Roma, 2018.

Binotto M., Bruno M., Lai V. *Tracciare confini, L’immigrazione nei media italiani*, Franco Angeli, pp. 14 – 18, 2016.

Boccia Artieri G., “*A Voce Alta. Pandemic politics: un nuovo campo discorsivo per la ricerca sulla politica*”, in *Comunicazione politica*, 2020.

Bond E., Bonsaver G., Faloppa F. “Destination Italy: Representing Migration in Contemporary Media and Narrative”, Peter Lang, Oxford, pp. 31-58, 2015.

Bortone R., Cerquozzi F. “*L’hate speech al tempo di internet*”, *Aggiornamenti Sociali*, 2017, pp. 819 – 820.

Bovalino G.N. “*Imagocrazia. Miti, immaginari e politiche del tempo presente*”, Moltemi Editori, Milano, 2018.

Brancato G., D’Ambrosio G., De Marchis E., Esposto E., Ficcadenti C., Gallo R., Grivet Talocia F., Stolfi M., Tedesco M., Vaccaro A., “*Atti della III Conferenza Nazionale delle Dottorande e dei Dottorandi in Scienze Sociali*”, University Press, Sapienza Università Editrice, “*Nuovi paradigmi sociopolitici e migrazioni: un’introduzione*”, a cura di Esposto E. e Grivet Talocia F., 2018.

Bucholtz M. and Hall K. *Identity and interaction: A sociocultural linguistic approach*, in “Discourse studies” 7 [4/5], pp. 585-614, 2005.

C. Wright Mills “*The Power Elite*”, New York: Oxford University Press, 1956.

Campagnoli L., Tesi Magistrale “*I transmigranti nel lockdown. Un’indagine qualitativa sulle identità, discriminazioni e stati emotivi durante la pandemia*”, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, 2022/2023.

Castles S., Miller M. “L'era delle migrazioni. Popoli in movimento nel mondo contemporaneo”, Città di Castello, Odoya, 2012.

Ceobanu A.M. *Usual suspects? Public views about immigrants' impact on crime in European countries*, «International Journal of Comparative Sociology», 52 (1-2), 114-131, 2011.

Cerquozzi F. “Dall'odio all'hate speech. Conoscere l'odio e le sue trasformazioni per contrastarlo”, Tigor: Rivista di Scienze della Comunicazione e di Argomentazione Giuridica, 2018.

Chiurco L., *Le distorsioni pericolose: Immigrazione e Opinione Pubblica europea secondo i dati ESS*, Inapp Paper, 2019.

Ciraci F., Report “Per una teoria critica del digitale: fake news e postverità alla luce della logica della verosimiglianza”.

Comandini V. V., Saggi - Fake News, Pluralismo Informativo e Responsabilità in Rete, “Le Fake News sui Social Network: un'Analisi Economica”, MediaLaws.

Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale e al Comitato delle Regioni del 26.04.2018, “contrastare la disinformazione online: un approccio europeo”, COM (2016).

Czaika, M., & Parsons, C. R., “The Gravity of High-Skilled Migration Policies”, 2017.

D'Errico F., Paciello M., Fida R., & Tramontano C. “Effect of Affective Priming on Prosocial Orientation through Mobile Application: Differences between Digital Immigrants and Natives”, in Acta Polytechnica Hungarica, pp. 109-128, 2019.

D'errico F., Papapicco C., Scardigno R., Lentano G., Mininni G. “Non credo ai miei occhi! Un approccio psico – sociale alle visual fake news”, Università degli Studi di Bari Aldo Moro, 2021.

Dawkins R. “The Selfish Gene”, Oxford, Oxford University Press, 1976.

Demos & Pi. “XIII Osservatorio sul Capitale Sociale degli Italiani: gli italiani e l'immigrazione”, Vicenza: Demos & PI., 2007.

Di Fraia G. “Storie con-fuse. Pensiero narrativo, sociologia e media”, Franco Angeli, Milano, 2004.

Dizionario Treccani, 2023.

Eurobarometro, 2019.

Fairlough, N. *“Critical discourse analysis: The critical study of language”* London, Routledge, 2013.

Farhi P. “The Twitter Explosion”, *American Journalism Review*, 2009.

Fleras A. *The Media Gaze: Representation of Diversities in Canada*, UBC Press, Vancouver, 2011. Pagliaro P. *Punto. Fermiamo il declino dell’informazione*, il Mulino, Bologna, 2017.

Freilich J.D., Guerette R.T. “Introduction” in *Id. (eds.) Migration, culture conflict, crime and terrorism*. Ashgate Publishing, Farnham, 2006.

Gabbiadini, A., Baldissarri, C., Durante, F., Valtorta, R. R., De Rosa, M., & Gallucci, M. *“Together Apart: The Mitigating Role of Digital Communication Technologies on Negative Affect During the COVID-19 Outbreak in Italy”*, 2020.

Girasella E. *“Fenomeno migratorio: Le sfide della comunicazione interculturale”*, Humanities, 2017. Muller K. & Schwarz C. *“Fanning the Flames of Hate: Social Media and Hate Crime”*, 2018.

Girasella E. *“Fenomeno migratorio: Le sfide della comunicazione interculturale”*, Humanities, 2017.

Godwin M. *“Meme, Counter – Meme”*, 1994.

Grusin R., *“Radical Mediation. Cinema, estetica e tecnologie digitali”*, a cura di Maiello, Pellegrini, Cosenza, 2017.

Guido di Fraia, Elisabetta risi *“Sbarchi Mediatici. Pratiche di consumo mediale e rappresentazioni socio – narrative del fenomeno migratorio”*, pp. 114-115, 2018.

Guido di Fraia, Elisabetta risi *“Sbarchi Mediatici. Pratiche di consumo mediale e rappresentazioni socio – narrative del fenomeno migratorio”*, pp. 114, 2018.

Guido di Fraia, Elisabetta risi *“Sbarchi Mediatici. Pratiche di consumo mediale e rappresentazioni socio – narrative del fenomeno migratorio”*, pp. 106, 2018.

Guido di Fraia, Elisabetta risi *“Sbarchi Mediatici. Pratiche di consumo mediale e rappresentazioni socio – narrative del fenomeno migratorio”*, pp. 103-104, 2018.

Guido di Fraia, Elisabetta risi *“Sbarchi Mediatici. Pratiche di consumo mediale e rappresentazioni socio – narrative del fenomeno migratorio”*, pp. 105, 2018.

Gumperz J.J. *Language in Social Groups*, Stanford University Press, Stanford, 1971. Appadurai A. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, University of Minnesota Press, Minneapolis, 1996. Hannerz U. *Cultural Complexity: Studies in the Social Organization of Meaning*, Columbia University Press, New York, 1992.

I. Gagliardone, D. Gal, T. Alves, G. Martinez “Countering online hate speech”; A. Brown “What is so special about online (as compared to offline) hate speech?”, in “Ethnicities”, 2018, pp. 297-326.

Istituto Affari Internazionali “*Gli italiani divisi sull’immigrazione, ma cresce l’impulso umanitario*”, 2021.

J. Waldron, *The Harm in hate speech*, cit.

Jaworski A. and Thurlow C. *Introducing Semiotic Landscapes*, in Jaworski A. and Thurlow C., “Semiotic Landscapes: Language, Image, Space”, Bloomsbury, New York, pp. 1-40, 2010.

Krzyżanowski M., Triandafyllidou A., Wodak R. “The Mediatization and the Politicization of the “Refugee Crisis” in Europe”, *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 16, n.1-2, pp.1-14, 2018.

Lucchesi D., Romania V., “*I politici e l’immigrazione su Facebook: come si (de)legittima il discorso migratorio durante l’emergenza sanitaria*”, Società Mutamento Politica, *Rivista Italiana di Sociologia*, 2022.

M. Ambrosini, *L’invasione immaginaria. L’immigrazione oltre i luoghi comuni*, Laterza, 2020.

M. Belluati “Parole pesanti. Hate Speech e comunicazione politica ai tempi dei social media”; G. Bulli, A. Tonini “Migrazioni in Italia: oltre la sfida. Per un approccio interdisciplinare allo studio delle migrazioni”, Firenze, Firenze University Press, 2015, pp. 113-122.

McComiskey B. “*Post-truth rhetoric and composition*”, University Press of Colorado, 2017.

McIntyre L. “*Post-truth*”, Cambridge: The MIT Press, 2018.

McNeill L. “The End of the Internet: A Folk Response to the Provision of Infinite Choice”, 2009.

Meyers R.A. “Encyclopedia of Complexity and Systems Science”, New York, Springer New York, 2009.

Milani S., “*Costruzioni sociali dell’alterità migrante nella società della pandemia: tra disattenzione pubblica, disciplinamento e pratiche emergenti della solidarietà*”, in Società Mutamento Politica, 2021. Pastore E., “*Migrazioni e pandemia: interazioni empiriche e spunti teorici*”, in Mondi Migranti, 2021.

Milkowska K. - Samul, “*Il Discorso Anti - Immigrazione: Migranti, Immigrati, Profughi, Rifugiati, nei Social Media Italiani*”, Università SWPS di Varsavia.

Milner R. “The world made meme”, Cambridge, MIT Press, 2016.

Ministero della Salute “*Coronavirus, nuovo decreto “#iorestoacasa” estende a tutta Italia limitazioni aree più colpite*”, 9 Marzo 2020.

Moscovici S. “Le rappresentazioni sociali. La costruzione della conoscenza. L’approccio europeo alla cognizione sociale”, Franco Angeli, Milano, pp. 57-60, 1989.

Moscovici S. “Le rappresentazioni sociali. La costruzione della conoscenza. L’approccio europeo alla cognizione sociale”, Franco Angeli, Milano, pp. 46-47, 1989.

Musarò P., Parmiggiani P. “Media e migrazioni: etica, estetica e politica della narrazione umanitaria”, Franco Angeli, Milano, 2014.

Musarò P., Parmiggiani P., “*Ospitalità mediatica. Le migrazioni nel discorso pubblico*”, Franco Angeli, 2022.

Nuvoli K. “*False verità. Minacce reali. Fake – news e disinformazione come possibili driver di attivazione violenta*”, Hal Open Science, 2024.

Orrù P., “*Racist Discourse on Social Networks: a Discourse Analysis of Facebook Posts in Italy*”, pp. 115, (2014).

Pagnoncelli N. “La Penisola che non c’è. La realtà su misura degli italiani”, Milano, Mondadori, 2019.

Parlamento europeo “Relazione annuale sul funzionamento dello spazio Schengen”, (A8-0160/2018), 2018.

Peverini P., “Reputazione e influenza nei social media. Una prospettiva sociosemiotica”, in Pezzini I., Spaziante L., a cura, Corpi mediali, ETS, Pisa, 2014.

Pezzini I., “Lo spot elettorale. La vicenda italiana di una forma di comunicazione politica”, con un saggio di Paolo Guarino, Meltemi, Roma, 2001.

Prati S., Conti C., “*L’influenza della pandemia di Covid – 19 sui flussi migratori verso l’Italia e sui percorsi di integrazione degli immigrati*”, Istituto Nazionale di Statistica, Roma, 2022.

Quattrocchi W., Vicini A., “*Misinformation. Guida alla Società dell’Informazione e della Credulità*”, Franco Angeli, 13 ottobre 2016.

Report “*Hate Speech Against Migrants and Refugees In The Media*”, UNAOC, United Nations Alliance for Civilizations, 26 gennaio 2017.

Report di Terracciano B., “*Il linguaggio della paura: la strategia social mediale di Matteo Salvini*”, 2019.

Report, Balbo M., “*Politiche di immigrazione vs politiche per gli immigrati: risposte locali ad un processo globale*”.

Rollo S. “Mondi online e scenari di pandemia. Il significato della comunicazione online durante il primo lockdown in Italia dovuto a COVID-19. *La comunicazione: media, processi produttivi e narrazioni*”, pp. 8-21, 2020.

Ruggiano F. “Il migrante immaginario: analisi di una rappresentazione sociale attraverso Twitter”, Imago Journal, 2016.

Santerini M. “*I discorsi d'odio come problema pedagogico emergente. Mondi educativi. Temi, indagini, suggestioni*”, 2019.

Schlueter E., Meuleman B., Davidov E. “Immigrant Integration policies and perceived Group Threat. A Multilevel Study of 27 Western and Eastern European Countries”, Social Science Research, 42, n.3, pp.670-82, 2013.

Shifman L. “Memes in Digital Culture”, Cambridge, The MIT Press, 2014.

Shu K., Mahudeswaran D., Wang S., Lee D., & Liu H. “*Fakenewsnet: A data repository with news content, social context, and spatiotemporal information for studying fake news on social media*”, in Big data, pp. 171-188, 2020.

Solano G. “Da Extracomunitario a Clandestino: l’immigrato nei discorsi dei media”.

Solano, G., Yilmaz, S., & Huddleston T., “*The link between migration policies and migration and migrant integration dynamics*”, an overview of the existing literature (Deliverable 8.1), 2022.

Sophia M. “Guerra e Mass Media. Prodotto editoriale che evidenzia le influenze mediatiche sull’opinione pubblica riguardo i principali conflitti che hanno coinvolto l’Occidente dal Secondo Dopoguerra”, 2021 – 2022.

Suler, J. “*The Online Disinhibition Effect*”, *CyberPsychology & Behavior*, 2004.

V. Cotesta “Sociologia dei conflitti etnici. Razzismo, immigrazione e società multiculturale” Roma – Bari, 2009.

Vliegenthart R., Roggeband C. *Framing immigration and integration. Relationships between press and parliament in The Netherlands*, «International Communication Gazette», 69 (3), 295-319, 2007. Benson R. *What makes news more multiperspectival? A field analysis*, «Poetics», 37 (5), 402-418, 2009.

Navarro L. *Islamophobia and sexism: Muslim women in the western mass media*, «Human Architecture: Journal of the Sociology of Self-Knowledge», 8 (2), 95-114, 2010.

Wieviorka M. “Sul Razzismo”, *il Mulino*, dicembre 2019, pp. 1011 - 1016.

Wodak R., Meyer M., “*Critical discourse analysis: history, agenda, theory, and methodology*», in Wodak R.M., Meyer M. (Eds.), *Methods for Critical Discourse Analysis*, Sage Publications, Thousand Oaks, 2001.

Yilmaz S., Solano G., “*Do migration policies work?*”, Policy brief, Migration Policy Group, HumMingBird, 2022.

Zanfrini L. “Introduzione alla sociologia delle migrazioni”, Bari, Laterza, 2016.

## Sitografia

<https://mondointernazionale.org/focus-allegati/limpatto-della-digitalizzazione-sui-processi-migratori-tra-rischi-e-opportunita>

<https://www.amnesty.it/la-manipolazione-dellopinione-pubblica/>

<https://www.gwi.com/reports/social>

<https://www.ilfoglio.it/politica/2019/02/17/news/cosi-le-camere-delleco-hanno-ammazzato-larte-della-persuasione-237738/>

<https://www.lercio.it/>

<https://www.morningfuture.com/it/2023/07/31/meme-satira-opinione-pubblica/>

<https://www.openpolis.it/il-nuovo-patto-sulle-migrazioni-chiude-le-frontiere-delleuropa/>

<https://www.rivistailmulino.it/a/immigrazione-e-pandemia>

<https://youmedia.fanpage.it/video/>

## *Ringraziamenti*

Scrivere questa tesi è stato emozionante, quanto allo stesso tempo triste, perché segna la fine di una parte della mia vita che riviverei altre cento volte. L'università mi ha portato tante emozioni, alcune più belle altre meno, e finire i cinque anni è una soddisfazione tanto quanto un dispiacere perché so che mi mancherà.

Come ho già fatto in triennale, ringrazio nuovamente il Professore Guido Legnante per avermi concesso la sua disponibilità e la sua guida per la stesura di questo elaborato finale, oltre al piacere e coinvolgimento provati all'ascolto di ogni sua lezione, ma soprattutto per la sua fiducia nei miei confronti. Ringrazio la mia famiglia e i miei amici Francesca, Angela, Michelle e Daniele che sono riusciti a motivarmi ancora di più fino a farmi raggiungere uno dei traguardi più importanti della mia vita. Ringrazio Greta, una matricola come me dall'inizio dell'anno accademico, ma una vera amica verso la fine.

Ringrazio me stessa per essere andata avanti, con alti e bassi, ma con la voglia e la gioia di continuare. È difficile per me salutare definitivamente l'università, perché è stata una seconda casa, un lavoro, un divertimento e tanto altro. Le emozioni che mi ha fatto provare, le persone che mi ha fatto incontrare e gli ostacoli che mi ha fatto superare, sono un tesoro che porterò sempre con me.

Quindi, ringrazio te più di tutto Università di Pavia, perché insieme siamo state una famiglia, ma anche una fortissima squadra.

Laura