



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA



La Sapienza per la Settimana della Sociologia
UN PAESE CI VUOLE: LA SOCIOLOGIA DI FRONTE ALLA CRISI ITALIANA
Mercoledì 18 ottobre 2017. Via Salaria 113, Centro Congressi Sapienza Università di Roma

Sessione “Roma Città Aperta. Integrazione, esclusione, Innovazione”

La metropoli che accoglie e che respinge

PANEL 2 (h. 16-35-18.30) CITY IN TRANSITION: LE VOCI DELLE COMUNITÀ DI MIGRANTI

**Rappresentazioni medial e *voice* delle comunità migranti.
La dimensione simbolico-comunicativa della città multiculturale**

di Marco Bruno, CoRiS – Sapienza
(marco.bruno@uniroma1.it)

ABSTRACT

Il contributo qui presentato sceglie di inserire nel dibattito sulla città multiculturale la dimensione comunicativa e simbolica. Questa è rappresentata sia dalle dinamiche di rappresentazione e “costruzione” della diversità nello spazio mediale e comunicativo (anche locale), sia dalle diverse forme di attivismo e di *voice* che le comunità immigrate hanno attuato, puntando sull’auto-rappresentazione (talvolta in alleanza con soggetti della società civile organizzata - più o meno formalmente - attivi nel territorio metropolitano).

Dal punto di vista empirico, la riflessione muove da un consolidato patrimonio di acquisizioni sulle rappresentazioni medial e del fenomeno migratorio e, più in generale, del tema della diversità, cui ha negli anni contribuito anche il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale della Sapienza. 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.), ma anche alcuni aspetti dinamici: ad esempio uno spostamento del focus, che si vedrà altamente problematico e contraddittorio, su specifiche categorie come i richiedenti asilo e i rifugiati, solo qualche anno fa praticamente assenti o semanticamente confusi con le altre categorie o con gli immigrati tout court.

Accanto a questo focus sulla sfera della rappresentazione, è possibile indagare quella nella quale le stesse comunità di immigrati cercano una *prise de parole* che costruisca elementi di auto-rappresentazione. Non si tratta solo di indagare l’aggiunta di un’altra voce (anche nel senso di *voice*) o di indagare in parallelo l’altro versante della comunicazione sulla diversità, ma è in gioco la sfida di pensare che possa esistere uno spazio mediale e comunicativo in cui si costruiscano elementi di interculturalità e di integrazione. Al di là dei non pochi nodi problematici che presenta lo stesso termine “integrazione”, è possibile rifarsi ad alcuni modelli teorico-interpretativi per i quali l’integrazione socio-culturale può trovare nell’ecosistema comunicativo un luogo importante di espressione, e ciò vale a maggior ragione per determinati contesti comunicativi (informazione locale, comunitaria, di prossimità, etc.) e per determinati ambiti spaziali, ad esempio i contesti urbani e metropolitani. Per questo secondo versante, gli ambiti e le produzioni medial e che vengono di volta in volta definiti come “inter” o “multiculturali”, “comunitari”, “etnici”, “diasporici” (ognuna di queste etichette presenta elevati livelli di problematicità e saranno oggetto di riflessione), il piano empirico è rappresentato da altri percorsi di ricerca, sempre coordinati o partecipati da chi scrive, in questo caso ancora in corso.



Premessa

Il contributo qui presentato sceglie di inserire nel dibattito sulla città multiculturale la dimensione comunicativa e simbolica. Questa è rappresentata sia dalle dinamiche di rappresentazione e “costruzione” della diversità nello spazio mediale e comunicativo (anche locale), sia dalle diverse forme di attivismo e di *voice* che le comunità immigrate hanno attuato, puntando sull’autorappresentazione (talvolta in alleanza con soggetti della società civile organizzata - più o meno formalmente - attivi nel territorio metropolitano) o sull’autoproduzione di propri contenuti comunicativo.

Si affronteranno quindi, sintetizzando, tre dimensioni: a) i media mainstream e la rappresentazione del fenomeno migratorio all’interno del discorso pubblico; b) la dimensione spaziale e territoriale, nello specifico quella urbana e metropolitana rappresentata da Roma come arena del discorso sulla migrazione c) i media “diasporici”, “comunitari” o “multiculturali” come luogo di autoproduzione di immagini e contenuti che si inseriscono nello spazio comunicativo e nel discorso pubblico sulla diversità.

1. Media mainstream e fenomeno migratorio. Un quadro nel complesso stabile

Nella società italiana appare maturo un mutamento di sguardo da una dimensione esclusivamente problematica del confronto con l’altro (quasi sempre rappresentato dalla figura dell’immigrato) a quella più complessa e densa di implicazioni del concetto di minoranza. (Sul tema della “mobilitazione” della differenza e dei marcatori dell’identità mi limito a rinviare a Wieviorka 2001; Hannerz 1996; Sayad 1999). Questo discorso passa attraverso un necessario lavoro di allargamento e precisazione teorica – che qui per ovvie ragioni non è possibile condurre – rispetto ai concetti di identità, alterità, differenza, minoranze, il tutto con una particolare attenzione alle dimensioni più strettamente simboliche e comunicative (Hall 1978, 1997; Cotesta 2005; Dal Lago 2002).

Negli anni, è stato infatti acquisito un rilevante patrimonio di evidenze empiriche sul tema della rappresentazione, nello specifico sociale e comunicativa, dell’alterità, soprattutto intesa come immagini dell’immigrazione (Binotto, Martino 2004; Maneri 2011; Bruno 2008, 2010; Gritti, Bruno, Laurano 2009; Aa.Vv. 2011; Binotto, Bruno, Lai 2012; Aa.VV. 2014; Musarò, Parmiggiani, 2014; Binotto, Bruno, Lai 2016).

Dal punto di vista empirico, la riflessione per il versante dei media mainstream muove da un consolidato patrimonio di acquisizioni sulle rappresentazioni medialità del fenomeno migratorio e, più in generale, del tema della diversità, cui ha negli anni contribuito anche il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale della Sapienza. 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.), ma anche alcuni aspetti dinamici: ad esempio uno spostamento del focus, che è comunque altamente problematico e contraddittorio, su specifiche categorie come i richiedenti asilo e i rifugiati, solo qualche anno fa praticamente assenti o semanticamente confusi con le altre categorie o con gli immigrati tout court. Per quel che riguarda le minoranze conseguenze delle migrazioni, ci si deve necessariamente focalizzare (in relazione anche a quanto evidenziato dalla letteratura) sulle dinamiche di criminalizzazione e marginalizzazione (Dal Lago 2002; Binotto, Bruno, Lai 2012; Maneri 2011) operate dal racconto dei media.

Nel 1991 Marletti poteva imputare il tipo di rappresentazione delle migrazioni offerta dai media «a un fenomeno di “ritardo culturale”» (Id., 1991) tra la «rappresentazione del vissuto» diffuso in un sistema sociale e «i modelli di valore» utilizzati per inquadrarne problemi e conseguenze; a oltre un quarto di secolo di distanza è possibile confermare l'impressione di una consolidata incapacità del sistema mediale italiano di rappresentare la realtà sociale e il suo mutamento (Binotto, Martino 2004). La società italiana è profondamente cambiata, la presenza ormai consolidata di persone straniere nel nostro paese non si limita a individui arrivati in Italia da poco e destinati a uscirne, ma a vere e proprie minoranze: persone che vivono da diversi lustri lavorando, formando famiglie, crescendo figli, intrecciando rapporti sociali e politici. Per non parlare delle seconde generazioni dell'immigrazione, persone nate o arrivate in Italia da giovanissime, che crescono “da italiane” in una legislazione che si ostina a definirle e trattarle “da straniere”. Questo rinnovato panorama sociale costituisce, tuttora, una posizione del tutto residuale nello sguardo alla realtà rappresentato dall'informazione.

Inoltre, l'attenzione che la stampa riserva all'immigrazione, agli immigrati, alle loro situazioni e problemi (comprese le relazioni tra essi e i cittadini italiani) si basa sulla sottolineatura delle dimensioni problematiche, sempre più sul tema degli sbarchi e dei rifugiati, dell'irregolarità, marginalità, criminalità, e, quindi, dei problemi che questi flussi presenterebbero, senza che da questi contenuti emergano significati e un autonomo interesse nei confronti della dimensione “regolare” dell'immigrazione (Corte 2002, p. 90).

I vari studi, compresi quelli provenienti dalla nostra unità di ricerca, concordano sul ritenere non innocuo il processo di stereotipizzazione e distorsione, contribuendo alla costruzione dei migranti come un out-group (Binotto e Martino, 2004; Etchegaray e Correa, 2015). D'altro canto, questo riconoscimento riguarda molto spesso, oltre che le precise campagne politiche degli imprenditori politici della paura e dei loro fiancheggiatori mediali (con specifiche ed esplicite linee editoriali), anche dinamiche più implicite, talvolta con un grado di consapevolezza molto minore, profondamente radicate nelle prassi produttive e nel modus operandi delle testate giornalistiche



(sul tema, cfr. anche Fleras 2011 e Pagliaro 2017); ciò, lungi dal costituire un alibi o una giustificazione per i professionisti dell'informazione, si presenta come una sfida conoscitiva molto più complessa per il sociologo dei media rispetto alla semplice denuncia della distorsione.

In ogni caso, e qualunque ne sia la causa, è un dato che ciò che è significativo per l'informazione è principalmente la dimensione del conflitto, la semplificazione, la polarizzazione delle posizioni, tutti aspetti che soffocano l'attenzione reale, ad esempio, per l'approfondimento delle policies (Pagliaro 2017, 48) e delle sue conseguenze; e il dibattito attuale sul cosiddetto *ius soli* lo dimostra in modo lampante.

Dovendo sintetizzare al massimo le acquisizioni di questi anni di studio sul tema della rappresentazione mediale dell'immigrazione e delle minoranze, abbiamo parlato di un'operazione di "costruzione" di almeno due confini simbolico-discorsivi. I confini così tracciati ("Tracciare confini" è il titolo del testo che prova a sistematizzare questi percorsi empirici) sono uno interno e uno esterno.

1.1 Il confine esterno: sbarchi, "invasioni" e lo spazio "assediato"

La prima minaccia costituita dallo straniero è quella rappresentata dall'ingresso in un *territorio* socialmente costruito e percepito come "nostro". In questo caso, infatti, lo *spazio* è immaginato come *una comunità*, la *nazione-come-luogo*. Una metafora che rimanda alla dimensione dello spazio, della presenza o dell'assenza di confini e relativi controlli anche di tipo esplicitamente militare.

Nel caso italiano l'attenzione su questo spazio nazionale è costituito in larga parte (ovviamente per quel che riguarda il tema degli arrivi dal sud del mondo) da confini che presentano una loro "immaterialità": il "confine" rappresentato dal Mar Mediterraneo appare al contempo incontrollabile per la sua vastità e per il fatto stesso di essere costituito dal mare. Ma allo stesso tempo è molto "solido" per i rischi che pone a chi tenta di attraversarlo. Non a caso parte significativa del racconto mediale dell'arrivo sulle coste italiane è la narrazione di naufragi e di morte (Bruno 2014). Lo spazio simbolico costituito da questi media si somma a quello legale costituito dai confini (Binotto 2015b): all'apparato poliziesco di sorveglianza delle frontiere si somma allora quello informativo costituito dalla "prima linea" costituita dalla cronaca degli sbarchi (Ambrosini 2010, 99-101).

L'intero apparato informativo messo in campo – e in particolare nella sua componente visuale – conferma questa chiave di lettura metaforica: dalle immagini che ritraggono barconi pieni di persone che attraccano su un molo alle cartine geografiche che raffigurano flussi che raggiungono

¹ Nel solo periodo dal 1 gennaio al 9 novembre 2015 sarebbe di 3423 il numero dei morti nel Mediterraneo; secondo la stima dell'OIM (Organizzazione mondiale delle migrazioni) sarebbero almeno 30mila i migranti e rifugiati che negli ultimi quindici anni, dal 2000 al 2015, hanno perso la vita tentando di raggiungere l'Europa.



e oltrepassano i confini nazionali. All'interno del più generale *coverage* del fenomeno migratorio, infatti, il tema sbarchi rappresenta un aspetto per certi versi emblematico e – come abbiamo avuto modo di sottolineare altrove (Bruno 2004, 95) – diremmo quasi “iconico”, grazie alla sua capacità di riassumere molteplici dimensioni dell'intero *discorso* sulle migrazioni.

1.2 Il confine interno: immigrazione, criminalizzazione e discorso securitario

Il confine comunque “fisico” dello spazio nazionale infranto dall'arrivo dei migranti si trasforma in confine essenzialmente simbolico nel momento in cui si traccia una differenza e diffidenza attraverso la costruzione sociale della paura e del crimine come principale chiave di lettura della presenza straniera in Italia. Palidda (2011, 23) intende la *criminalizzazione degli stranieri* come un insieme di “discourses, facts and practices made by the police, judicial authorities, but also local governments, media, and a part of the population that hold immigrants/aliens responsible for a large share of criminal offences”.

L'appiattimento sulla cronaca, e più nello specifico sulla criminalità, dell'informazione che riguarda gli stranieri è un aspetto ampiamente documentato da numerosi studi ed è anche una delle costanti della rappresentazione dell'immigrato in diversi sistemi mediali internazionali. Rispetto al caso italiano appare praticamente superfluo fornire ulteriori prove empiriche di tale “schiacciamento”; si tratta di una monodimensionalità e di un allarme sociale che si affida a pratiche discorsive che si basano sulla “tautologia della paura”² e sulla “gigantografia in nero”³ dell'immagine mediale dello straniero. Un set di rappresentazioni ulteriormente alimentato dalla politicizzazione dell'intero discorso sulla sicurezza e dai cosiddetti “imprenditori politici della paura”⁴.

Se la metafora spaziale permette una facile suddivisione del dentro/fuori, questa può allora trasformarsi nella conseguente separazione tra noi e loro, tra amici e nemici. Il criminale entrato allora porta qualcosa, aggiungendo degli elementi prima non esistenti (i crimini, le violenze) e può altrettanto facilmente essere oggetto di riprovazione sociale ed esclusione. L'immediatezza di questa immagine metaforica ne consente un uso giornalistico facile e l'altrettanto agevole collegarsi ad affermazioni di senso comune, a frame e conoscenze comprensibili dal pubblico (Jalbert 1989; 1999; Caniglia 2009).

² Rassegne aggiornate e documentate sono in Binotto, 2012 e Binotto, Bruno, Lai 2015.

³ DAL LAGO, Alessandro 1999, p. 73-75.

⁴ Binotto, Bruno, Lai, 2012.

⁵ Non si può approfondire in questa sede, poiché richiederebbe tutt'altro respiro di argomentazione, il tema dell'accentuazione politica, e “ideologica”, del tema sicurezza a fini elettorali che in Italia sono stati incarnati negli ultimi anni dai governi di centrodestra e soprattutto dalla Lega Nord, anche se le forze di centrosinistra, soprattutto in alcuni frangenti, non sono state estranee a una tale deriva.



A tale posizione di marginalizzazione e di riconoscimento come outsider si contrappone – sviluppando frame rappresentativi alternativi seppur minoritari – il protagonismo che le comunità di stranieri recuperano in termini di espressione di una propria voce (Maneri, Meli 2007; Villa 2012, 2013) e della richiesta di propri diritti (Bruno 2013).

Su questa dimensione, l'altro "corno" della questione vale a dire il contributo delle stesse comunità immigrate al più generale discorso comunicativo, si tornerà tra poco. Prima è necessario operare qualche riflessione sul contesto in cui comunicazione, dialogo, incontro etc. avvengono e che, comunque, sono di interesse in questa sede, vale a dire lo spazio, il territorio e, più nel merito, la dimensione urbana o metropolitana.

2. I media, lo spazio comunicativo e la città. Roma come spazio multiculturale

Quando si parla di comunicazione e di media, così come di "simbolico", la tentazione è di sposare del tutto una visione per cui si tratterebbe di aspetti del tutto immateriali e soprattutto sganciati da una qualche specificità spaziale o territoriale. In realtà – e questo è vero in particolare se si analizza il nesso con i processi migratori che sono profondamente interrelati con il mutamento dei territori, ricontestualizzandoli e ridefinendone l'identità (Peruzzi 2011) – gli scambi comunicativi hanno sempre una loro componente spaziale. Se non altro perché, ad esempio, possono riferirsi a specifici contesti o essere fruibili esclusivamente o prevalentemente da persone che abitano un determinato territorio; d'altro canto, la produzione dei media comunitari o diasporici tende ad essere profondamente interrelata con specifici contesti.

Va ovviamente considerata una questione, potremmo dire, "di scala" attraverso cui indagare questo spazio comunicativo e dialogico. In questo senso, il contesto urbano e metropolitano assume una indubbia centralità, e ciò vale sia per l'ambito mediale mainstream sia per i discorsi e i media cosiddetti diasporici o comunitari. Vi è quindi una interrelazione tra territori, dimensione locale e il più generale impatto della comunicazione (Lamour 2016).

D'altronde, anche alcune caratteristiche diremmo strutturali del sistema mediale italiano hanno una relazione con questo ambito locale e territoriale. Ad esempio una presenza povera e contraddittoria della dimensione locale e la scarsa priorità assegnata alle informazioni di servizio (Cospe 2002). Carlo Sorrentino (2002), ad esempio, aveva spiegato queste preferenze editoriali in termini di un "sacrificio" alla costruzione di un'identità politica nazionale unificata. Conseguentemente si è sviluppata una scarsa capacità dell'ambito comunicativo e mediale globale di raccogliere e rappresentare le istanze di cittadinanza legate ai servizi e al territorio, con un riflesso anche per le comunità immigrate.

Gli stessi discorsi mediali sull'immigrazione, come si è visto, affrontano tali fenomeni con un taglio prevalentemente macro, quando va bene e risulta "pro-immigrazione" legato a un afflato



cosmopolita, astrattamente legato a valori come solidarietà, uguaglianza etc. ma distaccato dalla dimensione concreta dei territori in cui comunità immigrate, residenti, seconde generazioni vivono il loro sforzo di integrazione. Catherine Murray (2015, p. 11) afferma che abbiamo invece bisogno di news e storie di ambito locale che partano dalla prospettiva degli immigrati. Si ritorna invece, prepotentemente, allo spazio cittadino, ai quartieri e alla dimensione metropolitana, solo quando il discorso si riferisce, e costruisce, i frame della paura, del degrado, dell'insicurezza urbana.

L'immagine della città interculturale costruita e sostenuta dai media mainstream è soprattutto un'immagine di paura e insicurezza, molto più raramente di opportunità (Georgiou 2013).

In questo senso, Roma rappresenta uno snodo e un punto di osservazione davvero importante. Come per l'altra grande "capitale" dell'immigrazione Milano⁶, Roma ospita persone di oltre 160 nazionalità (Comuni Italiani 2015) e necessariamente ospita quote molto rilevanti delle diverse iniziative ed esperienze di media diasporici o di comunità (Gabellieri 2002; Maneri, Meli 2007).

Non solo Roma è la città che ospita il maggior numero di residenti di origine straniera, ma questi flussi e soprattutto queste permanenze si intersecano con altre categorie peculiari: si pensi alle presenze legate alla sfera religiosa, gli studenti stranieri, le rappresentanze diplomatiche e il personale delle organizzazioni internazionali, o più semplicemente il turismo. Con un interessante e ancora poco indagato fenomeno, quello degli immigrati che "vendono" molti dei servizi tipici del turismo di massa (city tour, guide e biglietti, souvenir a basso costo, ristorazione di strada, etc.). Così questi flussi e queste presenze si intersecano nello spazio urbano, con giovani immigrati (spesso dell'Asia meridionale o latino americani) – è sufficiente uno sguardo minimamente attento nelle strade intorno ai monumenti del centro o al Vaticano – che usano competenze linguistiche magari maggiori di molti italiani per diventare interfaccia dell'accoglienza turistica, spesso selvaggia e deregolamentata in forme di lavoro turistico a bassa qualificazione che, però, rappresentano un interessante gradino nella mobilità socio-lavorativa; può piacere o meno, ma in termini di "comunicazione", di impatto anche visivo, la città di Roma comunica a molti turisti il suo essere multiculturale proprio con questi volti e con queste presenze nello spazio pubblico dei flussi turistici massificati.

Ovviamente, questo volto multiculturale e multi-etnico si affianca a quello più prevedibile della ristorazione, dei negozi che espongono merci e nomi non italiani, la città della microimpresa e del commercio che mostra la nascita e crescita di una piccola borghesia di origine straniera, in cui anche il paesaggio linguistico (altra dimensione simbolico visuale della città multiculturale) si fa ricco e plurale.

⁶ Va ricordato che la distribuzione territoriale degli immigrati vede circa i tre quarti di essi distribuiti in sole quattro province: Roma, Milano, Torino, Brescia (cfr. Dati Idos-Unar 2014).



Basandoci sulla letteratura di riferimento, possiamo focalizzarci sulla città sia come contenuto, locale, sia come contesto (Aiello, Tosoni 2016) e quindi sottolinearne l'importanza come veicolo di una potenziale consapevolezza interculturale. Adottando una prospettiva ecologica sulle città, il ruolo dei media e delle pratiche comunicative può aiutarci a capire come le diverse comunità si relazionano tra loro – già dai tempi della Scuola di Chicago (Park 1915; 1921) – e le modalità di interrelazione con altri soggetti come le istituzioni cittadine (in questo senso, nella ovvia differenza di contesti, la ricerca proveniente da Usa e soprattutto Canada è molto feconda). Nello specifico, è possibile esplorare le circostanze e attraverso quali contenuti i contenuti mediali possono intervenire nelle rappresentazioni pubbliche nel promuovere una visione “normalizzante” della diversità, uscendo dalle strettoie della logica dominante dei media per cui gli immigranti sono causa di problemi sociali (Fleras & Elliott, 1992) oppure vittime o eroi (Perrotta 2008) di fatti di cronaca cittadina (in dinamiche rappresentative spesso allo stesso modo stereotipizzanti).

Ciò che è in questione è l'inestricabile nesso tra i media, l'immigrazione e i modi con cui la dimensione interculturale può diffondersi e permeare la società; in particolare nelle forme di intercultura “dal basso” che vedono i cittadini in una posizione complementare alle iniziative istituzionali, anche in chiave comunicativa, affinché siano effettivamente in grado di inserirsi nel processo di negoziazione dell'integrazione su scala locale.

3. Le comunità immigrate e la possibilità di una voce dall'altro versante

Accanto al focus sulla sfera della rappresentazione, è possibile indagare quella in cui le stesse comunità di immigrati cercano una *prise de parole* che costruisca elementi di autorappresentazione. Non si tratta solo di indagare l'aggiunta di un'altra voce (anche nel senso di *voice*) o di indagare in parallelo l'altro versante della comunicazione sulla diversità, ma è in gioco la sfida di pensare che possa esistere uno spazio mediale e comunicativo in cui si costruiscano elementi di interculturalità e di integrazione.

Al di là dei non pochi nodi problematici che presenta lo stesso termine “integrazione”, è possibile rifarsi ad alcuni modelli teorico-interpretativi per i quali l'integrazione socio-culturale può trovare nell'ecosistema comunicativo un luogo importante di espressione, e ciò vale a maggior ragione per determinati contesti comunicativi (informazione locale, comunitaria, di prossimità, etc.) e per determinati ambiti spaziali, ad esempio i contesti urbani e metropolitani.

Per questo secondo versante, gli ambiti e le produzioni mediali che vengono di volta in volta definiti come “inter” o “multiculturali”, “comunitari”, “etnici”, “diasporici” (ognuna di queste etichette presenta elevati livelli di problematicità e dovrebbero oggetto di riflessione), il piano



empirico è rappresentato da altri percorsi di ricerca, sempre coordinati o partecipati da chi scrive, in questo caso ancora in corso.

I risultati preliminari restituiscono risposte che appaiono sia convergenti che divergenti rispetto alla letteratura su media interculturali o diasporici (Becker 2001; Fleras 2009, 2011, 2015; Georgiou 2006; Geissler e Weber-Menges 2009). Ad esempio non sembrano configurarsi forme evidenti di “ghettizzazione” comunicativa e, anzi, appare più corretto vedere le esperienze di autoproduzione mediale condotte dalle comunità immigrate – per quanto presentino una eterogeneità altissima – come una sorta di polo pur periferico di un unico sistema mediale, che a sua volta però ha tutte le caratteristiche derivategli dall’epoca in cui viviamo, in primis *l’ibridità* (Chadwick 2013).

Rispetto a quanto mostrato dalle prime ricerche sul tema (Aa.Vv.; Mmmc; Cospe 2002; Maneri, Meli 2007) in cui si trattava di esperienze su un singolo canale (pubblicazioni a stampa, emittenti radio-televisive o porzioni di palinsesto), molte di queste esperienze si fondano su pratiche di convergenza o multiplatforma (pensiamo al ruolo delle pagine Facebook di un programma radio).

Più in generale, sembra confermarsi quanto disponibile in letteratura (Gabellieri 2002; Maneri 2007) soprattutto in riferimento al fatto che il mercato dei media interculturali è caratterizzato da eterogeneità, debolezza, spesso breve durata; tuttavia, in termini qualitativi, sembra mostrare un più ampio spettro di interesse tematico rispetto ai media tradizionali (anche locali), con le significative differenze di un minore trattamento della politica o della criminalità.

Sul piano dei contenuti, molti dei media e delle piattaforme indagate hanno mostrato (sia con la content analysis sia attraverso le risposte alle interviste) un interesse per tematiche che interessano la società italiana nel suo complesso (con alcune significative eccezioni). Spesso, queste voci vanno oltre la loro funzione tipica di servizio e di proposizione di contenuti pensati per il proprio specifico pubblico, anche quando questi sono obiettivi esplicitamente dichiarati; tale dinamica è ad esempio resa visibile dall’attenzione all’informazione locale, del territorio.

4. Note conclusive

Restano ovviamente una serie di questioni aperte, per le quali non possiamo che continuare a indagare.

Quale spazio e soprattutto quale capacità di incidere nelle percezioni vi è nei media mainstream italiani per ritratti dell’immigrazione in grado di offrire visioni meno stereotipate sulla quotidianità delle minoranze e degli immigrati? Per converso, i media diasporici o di comunità sono in grado di incidere sulla conoscenza del fenomeno migratorio nella società ospitante, oppure la loro azione è limitata, in senso potremmo dire “protettivo” o rassicurante, ai membri di queste comunità? Queste esperienze medialità possono andare oltre un più usuale ruolo “di servizio” ed



essere davvero in grado di supportare gli immigrati nel processo di dialogo con gli autoctoni? E, in questo senso, la società autoctona è in grado davvero di porsi in una postura realmente ricettiva di queste istanze di dialogo?

I primi spunti sembrano sostenere l'idea che il processo di integrazione interculturale può giovare dal riferimento a una dimensione territorialmente centrata, spesso coincidente con lo spazio cittadino e urbano, e se opera ad un livello micro. Ciò non vuol dire che il più generale discorso pubblico, o quello dei media mainstream, non sia determinante negli sguardi e nell'incontro reciproco, anzi esso definisce in qualche modo delle coordinate di distribuzione di un potere simbolico e discorsivo in cui l'immigrato o la comunità straniera è chiaramente in posizione più debole: il potere (e il conflitto) contano.

Tuttavia, i media diasporici sono "abitanti" di quello spazio simbolico-comunicativo dialogico in cui necessariamente avviene l'incontro tra le alterità, e in questo spazio hanno comunque una capacità di fornire voci complementari o alternative per l'instaurarsi del confronto interculturale.

Il riferimento a una specifica azione di *voice* andrebbe necessariamente articolato in modo più approfondito; si può qui ricordare che essa si pratica attraverso forme e canali molto più complessi della sola produzione di un proprio contenuto, in questo caso mediale, magari alternativo a quello mainstream, poiché chiama in causa molti altri aspetti, non ultimo la capacità di esercizio effettivo di un proprio potere simbolico sul discorso di cui le stesse minoranze sono "oggetto". Tuttavia, tale riferimento consente almeno di porre la questione di una vera *prise de parole*, per dirla con de Certeau (1968) che segnala l'emergenza di una coscienza politica o, meglio ancora, la costruzione di una libertà.