

MAURIZIO CORTE, *Giornalismo interculturale e comunicazione nell'era del digitale*.

MAURIZIO CORTE

GIORNALISMO INTERCULTURALE
E COMUNICAZIONE
NELL'ERA DEL DIGITALE

Il ruolo dei media in una società pluralistica



CASA EDITRICE DOTT. ANTONIO MILANI

2014

PROPRIETÀ LETTERARIA RISERVATA

Copyright 2014 Wolters Kluwer Italia S.r.l.

ISBN 978-88-13-34949-3

I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica, di riproduzione e di adattamento totale o parziale, con qualsiasi mezzo (compresi i microfilm e le copie fotostatiche), sono riservati per tutti i Paesi.

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume/fascicolo di periodico dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5 della legge 22 aprile 1941, n. 633.

Le riproduzioni diverse da quelle sopra indicate (per uso non personale – cioè, a titolo esemplificativo, commerciale, economico o professionale – e/o oltre il limite del 15%) potranno avvenire solo a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da EDISER Srl, società di servizi dell'Associazione Italiana Editori, attraverso il marchio CLEARedi Centro Licenze e Autorizzazioni Riproduzioni Editoriali. Informazioni: www.clearedi.org.

L'elaborazione dei testi, anche se curata con scrupolosa attenzione, non può comportare specifiche responsabilità per eventuali involontari errori o inesattezze.

Stampato in Italia - Printed in Italy

Stampato da LegoDigit Srl - Lavis (TN)

*A mia figlia Stefani, luce dei miei occhi,
così simile a me, così diversa.
Ai suoi vent'anni. E al Chile delle sue radici
e delle mie battaglie giovanili
per la verità, il dialogo e la "democrazia".*

INDICE

Prefazione

di Agostino Portera p. IX

Cultura, rigore, efficienza per il giornalismo di oggi e di domani

di Michelangelo Bellinetti p. XIII

Introduzione p. XVII

ProsMedia e il Centro Studi Interculturali dell'Università degli Studi di Verona p. XXIII

Capitolo I

Comunicazione: mass media e Web p. 1

1. Mass media e comunicazione p. 4

2. Capire la comunicazione: le teorie dei media p. 6

3. Vecchi e nuovi media: il giornalismo e la sfida comunicativa del mondo digitale p. 10

4. La comunicazione digitale in una società pluralistica p. 14

Capitolo II

La comunicazione interculturale: fondamenti, opportunità e ostacoli p. 19

1. Globalizzazione, società pluralistica, Educazione e Pedagogia interculturale p. 19

2. La comunicazione interculturale p. 29

3. Ostacoli e opportunità della comunicazione in una società pluralistica: stereotipo, pregiudizio, razza e razzismo, etnia, identità, cultura p. 36

Capitolo III

Mass media e immigrazione in Italia p. 61

1. I migranti nell'agenzia di stampa Ansa p. 62

2. Immigrazione e asilo nei media italiani p. 68

3. Media e minoranze: gli studi della Carta di Roma p. 71

Capitolo IV

Mass media e diversità culturale: le ricerche del Centro

ProsMedia p. 75

1. I media e l'immigrazione p. 76

2. Uomini che odiano le donne: femminicidi e nazionalità dei protagonisti p. 87

3. La strada dei pregiudizi: incidenti stradali e guidatori stranieri p. 91

Capitolo V

Giornalismo interculturale e comunicazione: fondamentali

- teorici e riferimenti etici** p. 95
1. Il giornalismo in una società pluralistica p. 97
2. La parzialità di un giornalismo “multiculturale” o etno-centrico p. 104
3. Il Giornalismo interculturale: i fondamentali teorici e i riferimenti etici p. 107
4. Il Giornalismo interculturale: le esperienze di studio e ricerca all'estero p. 110
5. Il Giornalismo interculturale: un diverso orizzonte per i media p. 115
6. Il Giornalismo interculturale e le sollecitazioni del “Redattore Sociale” p. 122
7. Il Giornalismo interculturale: la Carta di Roma p. 124

Capitolo VI

Giornalismo interculturale e comunicazione: la pratica

- professionale** p. 129
1. Il Giornalismo interculturale: le azioni pratiche p. 129
2. Il Giornalismo interculturale nel lavoro in redazione e nel lavoro sul campo p. 161
3. Riflessioni sulle azioni pratiche per un Giornalismo interculturale p. 169

Capitolo VII

- Post-fazione. “Oltre la green line”** p. 171

- Bibliografia** p. 177

PREFAZIONE

di AGOSTINO PORTERA*

Dopo l'età della pietra, del bronzo e del ferro, nel XXI secolo siamo nel pieno dell'era della *comunicazione digitale (e non)*. Dopo straordinarie innovazioni umane e scientifiche avvenute dall'inizio del Cristianesimo in poi, dopo la rivoluzione industriale dell'età moderna, negli ultimi decenni è la comunicazione a stravolgere nel modo più radicale le forme di vita e di interazione fra gli esseri umani. Cittadini di tanti paesi della terra hanno a disposizione inedite opportunità comunicative, come radio, televisione satellitare, telefoni cellulari e smartphone, computer, internet. Tali strumenti, che indubbiamente implicano notevoli vantaggi, di fatto sconvolgono gli stili di vita delle persone coinvolte, il modo di relazionarsi e di rappresentare la realtà.

Accanto a libri e giornali, le nuove tecnologie e i nuovi sistemi di comunicazione sembrano assumere un carattere sempre più pervasivo (Bocchi-Ceruti, 1995), nel senso che non si limitano ad offrire un servizio, ma invadono tutte le aree e gli ambiti di ogni cittadino e contribuiscono attivamente alla costruzione della sua identità culturale: lingua, pensiero, opinioni, giudizi e pregiudizi.

L'esempio più palese delle difficoltà comunicative, specie fra persone con retroterra culturali differenti, è ravvisabile da un rapido sguardo allo sviluppo delle città. Da una breve e acuta analisi di Bauman (2005) sui cambiamenti anche architettonici

* **Agostino Portera** è professore ordinario di Pedagogia generale e interculturale. Dirige il Centro Studi Interculturali (www.csiunivr.org) dell'Università degli Studi di Verona ed è direttore del Master in "Intercultural competence and management" (www.csiunivr.org/master). È membro del direttivo dell'Iaie (International association for intercultural education). Ha scritto numerosi saggi e svolto ricerche internazionali sui temi dell'Educazione e della Pedagogia interculturale. Il suo ultimo libro, edito da Laterza (2013), è il *Manuale di Pedagogia interculturale*.

delle principali città industrializzate si evince una forte tendenza ad ostacolare o porre barriere comunicative: cittadini della “prima fila” collegati alle comunicazioni globali, ma separati e segregati dalle reti locali a base etnica (specie quelli dell’“ultima fila”); anche in città globali come Londra o New York la presenza di immigrati stranieri è avvertita sempre più come fonte di ansia e di latente (e spesso manifesta) aggressività; aumento della tendenza a segregare ed escludere tramite spazi di case, piazze, quartieri delimitati da barriere, muri, filo spinato, vigiliantes, spruzzatori installati sui muri «utili a levare di torno i vagabondi», bordi inclinati che impediscono di sedersi. Una prova evidente è data anche dall’incremento di vendita (negli Stati Uniti ha raggiunto il 45% del totale) di automobili dai lineamenti aggressivi e di fuori strada con quattro ruote motrici, “divora benzina”, particolarmente pericolose per pedoni e altri veicoli, nella vita urbana vissute come “capsule difensive” (Bauman, 2005). Negli spazi pubblici delle città, anziché avverarsi i principi del dialogo e della comprensione reciproca, che secondo Gadamer (1960) si ottiene tramite la «fusione di orizzonti», lo straniero (non solo il cittadino immigrato, ma anche chi la pensa diversamente o non occupa le prime file sociali) è percepito come «rischio», il disoccupato come «superfluo». Mentre l’ambizione modernista era tesa ad annullare le differenze (una sorta di *mixofilia*), la tendenza postmoderna pare tradursi nel cristallizzarle tramite reciproca estraniamento e separazione (esplicitandosi in vera *mixofobia*).

In sintesi, nella stagione del pluralismo e della comunicazione si palesa un forte paradosso: nell’era della comunicazione nonostante il forte aumento delle opportunità, gli esseri umani si trovano ad essere sempre più soli ed incapaci di comunicare. Alla luce di ciò, affinché lo scontro di civiltà paventato anni fa da Samuel Huntington si trasformi in “incontro fra vicini”, al fine di raggiungere gli obiettivi perseguiti dall’Onu, dall’Unesco e dallo stesso Consiglio d’Europa di vivere nell’unità nel rispetto delle diversità, non basta avere a disposizione efficaci strumenti della comunicazione, ma è necessario imparare ad impiegarli opportunamente.

A fronte della globalizzazione, specie nelle società pluralistiche e multiculturali – laddove incomprensioni e fraintendimenti possono investire non solo il piano del linguaggio verbale (differenze di codici linguistici ufficiali) ma soprattutto quello non verbale e di relazione (si pensi alle differenze culturali circa

il tono di voce, la prossimità spaziale, le pause, la mimica facciale) suscitando ulteriori ostacoli e conflitti – è necessario e urgente iniziare una seria e approfondita riflessione tesa a portare alla coscienza sia di chi ha la facoltà di filtrare le informazioni e di “produrre” le notizie, sia dei fruitori dell’informazione, le enormi opportunità e i disastrosi rischi e pericoli di tali strumenti. In un simile scenario è da accogliere con particolare plauso il presente libro di Maurizio Corte sulla comunicazione e il giornalismo interculturale nell’era digitale. Grazie alla sua lunga esperienza di giornalista professionista e alle sue riconosciute competenze sul piano della pedagogia interculturale, Corte ha potuto affrontare uno dei settori meno esplorati della pedagogia moderna, poco presenti nelle altre discipline e spesso sottostimati persino nell’opinione pubblica. Dopo aver chiarito opportunamente i concetti di comunicazione nell’era digitale, di comunicazione di massa, di pedagogia, giornalismo e comunicazione interculturale, il testo si dipana per giungere al cuore del lavoro: trattando dell’immagine dei cittadini immigrati e dell’immigrazione nei media, per poi giungere formulazione di una proposta di giornalismo (e, per estensione, di comunicazione a tutti i livelli e in tutti gli ambiti) che sia interculturale, che sia ponte fra persone e forme culturali.

Rispetto alla ricerca precedente (Corte, 2002), laddove il migrante fa notizia quasi solamente quando commette atti criminali, suscita commozione, pietismo o muore, nella presente inchiesta, pur fra ostacoli e limiti, sono riscontrabili dei miglioramenti nei media italiani, anche grazie alla Carta di Roma, il protocollo deontologico per i giornalisti. Pur non avendo pretesa di esaustività al cospetto di un tema così vasto e complesso come la comunicazione interculturale, non ci si può esimere dal considerare il lavoro di Corte un contributo pionieristico in uno dei settori strategici dell’umanità: i mass media e i social media. Nella stagione del pluralismo e dell’inarrestabile globalizzazione diviene ineludibile imparare a comunicare opportunamente, impiegando in maniera appropriata tutti i vantaggi offerti dagli strumenti di informazione e dalle nuove tecnologie comunicative, riconoscendo anche i rischi di una notizia approssimata, frettolosa o erronea, nonché gli effetti nefasti della trasmissione di stereotipi e di pregiudizi.

La complessità etnica e culturale, a cui l’uomo di oggi sembra essere sempre più “condannato” dalla globalizzazione, non si lascia semplicemente risolvere mettendo la testa sotto la

sabbia, né, tanto meno, rinforzando muri e steccati all'interno delle nostre città. Diviene allora necessario rispondere in maniera preparata, mediante l'uso appropriato degli strumenti della comunicazione, a tale sfida gravida di inevitabili conflitti, ma anche di enormi risorse. Comunicare opportunamente con l'alterità ha come posta in gioco è il futuro dell'intera umanità.

CULTURA, RIGORE, EFFICIENZA
PER IL GIORNALISMO DI OGGI E DI DOMANI
di MICHELANGELO BELLINETTI[†]

Siamo stati tra i primi in Europa a muovere certi interrogativi sul rapporto tra informazione e immigrazione. Parliamo degli anni ottanta o giù di lì. I primi studi, le prime riflessioni. Il tempo era quello giusto poiché incominciavano allora i grandi movimenti, gli esodi dal Sud del mondo verso il Nord. Avevamo capito subito che non si trattava di fenomeni temporanei ma che quei primi flussi altro non erano che l'avanguardia di qualcosa che non aveva precedenti, qualcosa che di lì a poco avrebbe evocato addirittura bibliche memorie.

Molte realtà, ritenute inalterabili, stavano intanto cambiando. Gli equilibri che fino ad allora avevano governato il mondo non avrebbero più tenuto a lungo il timone. Il sistema comunista sarebbe imploso rapidamente lasciando scoperto uno dei punti nevralgici su cui il bipolarismo planetario si era sostanzialmente per oltre mezzo secolo. Papa Giovanni Paolo II vedeva giusto quando ammoniva che la decadenza di Mosca non avrebbe significato il trionfo del liberalismo ma che avrebbe acceso invece nuove e più gravi problematiche politiche, sociali e – forse – pure religiose.

Ci trovavamo, dunque, di fronte ad una evoluzione straordinaria che un tempo avrebbe potuto essere determinata soltanto da conflitti di risolutive proporzioni, mentre invece, proprio in quello scorcio estremo del Novecento – il secolo delle masse e dei totalitarismi –, tale mutamento sarebbe esploso in buona so-

[†] **Michelangelo Bellinetti** è un giornalista professionista. Ha lavorato al quotidiano *La Notte* di Nino Nutrizio, nei giornali del Gruppo Rcs, al *Gazzettino* di Venezia ed è stato caporedattore centrale del quotidiano *L'Arena* di Verona. È stato presidente dell'Ordine dei Giornalisti del Veneto e nel direttivo del Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti. Ha scritto saggi sul giornalismo, il fascismo e su Guido Gonella. È stato per anni docente a contratto di Giornalismo all'Università degli Studi di Verona.

stanza dal fallimento economico di una dottrina politica e dalla rapidità della moderna tecnologia informativa.

Il continente africano stava diventando fornace inesaurita di velleitarismi e di violenze nel quale medie e grandi potenze tendevano più a rastrellare profitti che a seminare speranze. Alle ataviche contese territoriali e fideistiche, si dovevano poi sommare risvegli di odi mai sopiti, di revanscismi connotati da soluzioni terroristiche prive d'ogni pietà. Dall'Asia invece si alzavano orgogliose rivendicazioni di riconoscimenti politici e richieste di nuovi spazi rappresentativi. I leader cinesi, dopo gli accadimenti di piazza Tienanmen, ammettevano che "essere ricchi è glorioso". Si concludeva così anche a Pechino un tempo e se ne apriva un altro che, senza ammainare le bandiere rosse, sottoscriveva di fatto le convenienze delle dottrine liberistiche accartocciate comunque dai comandamenti dell'Internazionale socialista.

Gli Stati Uniti attendevano. Dai vecchi postulati di Woodrow Wilson – autodeterminazione dei popoli e liberi mercati – ribaditi poi nel 1941 dalla Carta atlantica, sarebbe alla fine spuntata l'alba della globalizzazione. Insomma, la conclusione della diarchia mondiale aveva aperto la fase turbolenta degli riequilibri. Passaggio difficile, definizione incerta.

Intanto l'Italia diveniva giorno dopo giorno approdo sempre più frequentato per tanti transfughi: erano barconi carichi di dolori e privazioni senza nome in cerca di speranze senza qualificazioni. Per attraversare il Mare Mediterraneo, quelle persone disperate avevano vissuto odissee inenarrabili. Arrivavano dai luoghi più diversi dove, comunque, i denominatori causali erano sempre i medesimi: guerra, fame, persecuzione.

Le interpretazioni del fenomeno migratorio vennero subito segnate dalle speculazioni politiche che rifiutavano qualsiasi riflessione per carpire consensi biecamente immediati. La miopia italiana in fatto di politica estera, è vecchia storia. La Chiesa, intanto, rinnovava il messaggio evangelico, ascoltata dalla generosità del volontariato e dall'altruismo della gente.

E l'Europa? L'Europa – che non è più l'Europa delle visioni lunghe di De Gasperi, di Adenauer e di Schuman – si limitava a covare sterili egoismi nazionalistici nel burocratico panciafichismo di Bruxelles. Ma – grazie a Dio – quello fu anche il tempo in cui qualche ricercatore universitario e qualche giovane giornalista – come, appunto, Maurizio Corte, mosso prima da sentimenti umanitari e poi dall'orgoglio del mestiere – incomin-

ciarono a riflettere sulle ragioni delle trasmissioni, sulle possibili soluzioni sociali da adottare, sul ruolo che l'informazione avrebbe dovuto assumere nel processo evolutivo del fenomeno.

Ma sul *mondo dell'informazione* pesava già una crisi che non aveva precedenti. Due eventi, pressoché contestuali, avevano determinato la paralisi del sistema: l'introduzione delle tecnologie da una parte e la caduta del comunismo dall'altra. Se il primo evento rivoluzionava il modulo storico dell'informazione, il secondo evento ne imponeva la revisione qualificatrice sul piano politico e sociale. Insomma, i giornali dovevano fare i conti con il nuovo che avanzava e che non concedeva proroghe. Prima di allora c'era stato "*il*" *giornalismo*, artigianale e generalista. Da quel momento nascevano "*i*" *giornalismi* determinati dai diversificati apparati tecnici: carta stampata, radio, televisione, computer, internet, i-pad e via via tutto il resto. Non solo: in quel momento finiva pure lo scontro ideologico che, immobilizzando l'Italia per cinquant'anni, aveva di fatto sclerotizzato l'informazione. Una nuova stagione si annunciava piena di attese. Nessuno avrebbe più potuto chiamarsi fuori dalle proprie responsabilità.

Ma la *crisi dell'informazione*, invece di rappresentare un'opportunità, divenne purtroppo una tagliola. Gli editori non colsero l'occasione per imporre il salto qualitativo ai contenuti e i giornalisti tracciegiarono sulle scelte professionali. Così entrambi peccarono di insufficienza di pensiero e di incapacità progettuale. Insieme, invece, avrebbero potuto avviare sinergicamente il sistema verso traguardi di compiutezza e di formazione mai prima raggiunti in centocinquant'anni di unità nazionale.

Agli editori sarebbe spettato il compito di indicare i percorsi strutturali e formativi, ai giornalisti il percorrerli con rinnovati bagagli culturali per realizzare finalmente un'informazione aderente alle moderne esigenze. Quindi alla carta stampata si sarebbe aperto il campo degli approfondimenti, delle inchieste, delle analisi, delle opinioni; alla televisione, alla radio e alla Rete quello delle notizie, dei fatti, dei servizi e delle interviste in tempo reale. Tutto ciò presupponeva però un'editoria consapevole del proprio ruolo e un giornalismo più selettivamente preparato. Mancarono gli uni, non risposero gli altri.

Restava così sul tappeto, fra i molti – troppi, forse – problemi, anche la questione del rapporto tra migranti e informazione. Non si trattava di questione marginale poiché l'informa-

zione sarebbe stata fin da allora una straordinaria testa di ponte attraverso cui approfondire reciproche conoscenze e sviluppare comuni prospettive.

E oggi di quale giornalismo viviamo? Basta pensare a due realtà incontrovertibili per avere la misura del livello in cui si trovano editoria e giornalismo nel nostro Paese. La televisione pubblica soggiace al controllo della politica. La commissione parlamentare di vigilanza sulla Rai è, infatti, un “unicum” che non esiste in nessun altro Paese liberale del mondo dove – si sa – la stampa è il cane messo a guardia della politica. Da noi invece è l'esatto contrario: la politica controlla l'informazione pubblica. Non solo: ma a far concorrenza alla Rai, fra il grande pubblico generalista, esiste una sola organizzazione televisiva analoga (Mediaset), che è proprietà di un solo imprenditore diventato, tra l'altro, leader politico.

Quanto ai giornali, fatte salve alcune eccezioni, essi sono saldamente in mano a gruppi o a famiglie che se ne servono per sostenere i propri interessi finanziari, industriali, mercantili. In buona sostanza, pochi sono i passi compiuti dai giorni in cui Mario Missiroli definiva icasticamente così il rapporto tra giornali e proprietà: “I giornali non sono altro che voci passive di bilanci attivi”.

Rispetto ai tempi di Missiroli, però, tante cose sono cambiate. I tempi della linotype e della telescrivente sono finiti da un pezzo. Di quei tempi rimane ancora la quartina di Ernesto Ragazzoni, cronista scanzonato de “La Stampa”, a ricordarlo impressionisticamente così: *“È finita. Il giornale è stampato, la rotativa s'affretta, me ne vado col bavero alzato, dietro il fumo della sigaretta”*.

La tecnologia, entrata ormai nelle redazioni, non è per nulla statica, poiché ogni novità genera sempre novità, le sinergie provocano sviluppo e lo sviluppo accende conoscenze. È un processo evolutivo destinato a mutare ogni rapporto finora conosciuto. Gli editori, se non ne vogliono subire passivamente le conseguenze, dovranno adeguarsi. E così i giornalisti. I primi diventando imprenditori finalmente consapevoli del proprio ruolo civile senza infingimenti; i secondi autentici professionisti al servizio della pubblica opinione.

E se una volta giornali e giornalisti appartenevano ad un affascinante limbo romantico circonfuso da refoli di genialità e sregolatezza, oggi – e più ancora domani – tutto ciò dovrà invece essere cultura, rigore, efficienza.

INTRODUZIONE

*Se son d'umore nero allora scrivo
frugando dentro alle nostre miserie,
di solito ho da far cose più serie,
costruir su macerie o mantenermi vivo.*

F. Guccini, *L'avvelenata*, 1976

Un vento gelido spira in Europa, e non cessa di spirare. È il vento del razzismo, che si mostra come la superficie di un vasto movimento – a volte organizzato, a volte informale – di negazione dei diritti umani e civili; di propensione allo sfruttamento delle persone socialmente più deboli (i bambini, le donne, i migranti); di offesa alla dignità delle persone. Dalla multinazionale che usa i bambini e le bambine per produrre beni che paghiamo fior di quattrini, alle formazioni nazifasciste localizzate qui e là; dalle organizzazioni aziendali e istituzionali, dove le élite dei manager guadagnano cifre spropositate mentre chi lavora viene licenziato o messo in cassa integrazione o costretto alla precarietà, ai molti giornali in cui giovani e bravi giornalisti sono sfruttati. Assistiamo in quegli ambienti all'offesa verso gli ideali più nobili che la tradizione culturale ci ha consegnato; constatiamo l'offesa alla nostra intelligenza e alla nostra generosità; verifichiamo che molto resta ancora da fare sul fronte della giustizia sociale ed economica.

Come studiosi, come giornalisti, come comunicatori, come *digital strategist* o come allievi/e dei corsi di comunicazione non possiamo far finta di nulla. Non possiamo pensare che si tratti di fenomeni che toccano solo gli altri. “Nessun uomo è un'isola, ma è parte di un continente”, ci ricorda il poeta John Donne, citato da Ernest Hemingway sul frontespizio del romanzo *Per chi suona la campana*. Ebbene, la campana dello squilibrio fra Nord e Sud, fra ricchi e non, fra centro e periferia, fra privilegiati ed esclusi ci richiama alla consapevolezza del nostro ruolo di professionisti della comunicazione di massa e/o interpersonale. I media, e gli operatori dei media, molto possono fa-

re in questo ambito. Quel molto da fare, che è in loro potere, ci invita a un'informazione e a una comunicazione veritiere, fondate su valori come l'onestà e il rispetto della dignità dell'Altro (chiunque esso sia); ci invita a un'informazione e a una comunicazione, insomma, di qualità.

Il rispetto dei diritti e delle persone. Un principio ci sentiamo di affermare, nel mentre consegniamo alle stampe questo nuovo libro, che nasce da una profonda revisione, da un ampliamento e da un aggiornamento di *Comunicazione e giornalismo interculturale*, uscito da Cedam nel 2006. Il principio è questo: *non c'è qualità senza rispetto dei diritti, dei valori, della dignità delle persone*, delle regole, della giustizia sociale ed economica. Non troverete servizi e merci di qualità, là dove vi è sfruttamento dell'Altro, offesa, o addirittura violenza sull'Altro. La qualità si coniuga in modo naturale con il rispetto dei diritti civili e umani.

Il motivo di questa coniugazione naturale fra diritti e qualità è presto detto: l'imprenditore, l'organizzazione, l'associazione, l'azienda o l'istituzione che non hanno a cuore i propri lavoratori o collaboratori, non ha a cuore neppure il proprio cliente o utente. La legge della coerenza ce lo dimostra. Questo convinzione, che qui ci si permette di presentare come assioma ("non c'è qualità senza rispetto della dignità umana e dei diritti"), vale per le merci e i servizi – dal manufatto industriale al pasto al ristorante, dal servizio pubblico al favoloso prodotto tecnologico – e vale anche per la comunicazione e l'informazione. Vale anche per i media, vecchi e nuovi.

L'Altro, il "diverso", si presenta sotto molteplici forme. In questo lavoro si è voluto affrontare il tema della rappresentazione dell'Altro migrante, dell'Altro diverso – per religione e/o cultura – che viene a vivere nel nostro Paese. L'Altro come nuovo cittadino viene tra noi per migliorare le proprie condizioni di vita, chiedendo il rispetto dei diritti e dovendo – certamente – rispettare leggi, norme e doveri.

Come comunicatori, giornalisti, operatori dei media abbiamo una responsabilità importante: quella di saper raccontare la nuova società multiculturale (nel 2013, circa l'8% della popolazione residente in Italia era di origine straniera); quella di fornire ai lettori le chiavi interpretative di quanto accade nella comunità in cui vivono; quella di dare al pubblico una "mappa", una cartografia dell'esistente (si veda Kovach-Rosenstiel, 2007) per poter vivere, lavorare, amare, intessere relazioni in modo effi-

cace. La nostra responsabilità di giornalisti e comunicatori è di saper mediare fra le fonti e il pubblico, liberi da condizionamenti, dotati di preparazione culturale, armati degli strumenti migliori del mestiere.

Come studiosi della comunicazione – e nella fattispecie della comunicazione interculturale su basi pedagogiche – ci tocca il compito di analizzare i media in modo accurato e preciso, senza pregiudizi o tesi precostituite. Ci tocca il compito di fornire – meglio sarebbe dire di proporre – soluzioni e consigli per un modo di comunicare all'altezza dei tempi. Il presente testo vuole quindi essere di ausilio (e motivo di riflessione) per i colleghi professionisti del giornalismo e della comunicazione, per gli allievi e le allieve dei corsi di comunicazione, per tutti coloro che hanno a che fare con i media, vecchi e nuovi.

A tutti loro si propone di avere consapevolezza del ruolo di “integrazione” che il giornalismo, e la comunicazione in generale, esercitano. Come osserva Russ-Mohl (2011, p.24), “i media costruiscono ponti tra mondi diversi. Si riflette poco su questa funzione del giornalismo, ma certamente i media contribuiscono all'integrazione in una società che diventa sempre più multietnica”.

Il presente libro si articola di fatto in tre parti. Vi è una prima parte che chiarisce i concetti di comunicazione e di comunicazione interculturale, portando alla luce nodi, problematiche, definizioni e opportunità: lungi da noi l'idea di poter essere esaustivi, a fronte di una sterminata produzione scientifica in materia; ci interessava fissare alcuni punti fermi e fornire una bussola per il prosieguo della lettura. La seconda parte raccoglie le più recenti ricerche scientifiche sull'immagine dei migranti (della diversità culturale, quindi) nei media: una parte consistente è riservata alle analisi e ai lavori di ProsMedia, il gruppo di analisi interculturale dei media (www.prosmedia.org) che opera all'interno del Centro Studi Interculturali (Csi) dell'Università degli Studi di Verona. Infine, la terza parte si concentra sul Giornalismo interculturale, concetto introdotto in Italia da Corte (nel testo del 2006) su sollecitazione di Agostino Portera, direttore del Csi, e sulla spinta degli studi fatti negli Usa da Kenneth Starck (1994), giornalista e studioso dei media, e in Spagna da Estrella Israel Garzon (2000), anche lei giornalista e studiosa dei media. L'azione di Portera e Corte si è tradotta nell'insegnamento di Giornalismo interculturale e di Comunicazione interculturale nell'Ateneo scaligero già dal 2003.

La parte, di questo testo, dedicata al Giornalismo interculturale vuole essere sia una base teoretica per un modo diverso di fare giornalismo e comunicazione 2.0; sia un orientamento “pratico” alla professione, dove le domande concrete di giornalisti e comunicatori possano trovare qualche risposta. Si tratta di domande che ci sono state poste in tante conferenze, in tanti seminari, in tante conversazioni con i professionisti dell’informazione e della comunicazione e che non era possibile eludere. Le risposte a quelle domande non vogliono essere definitive, didascaliche, “didattiche” in senso stretto: sono proposte, suggerimenti, sollecitazioni fatte a giornalisti e comunicatori nella convinzione che la società pluralistica in cui viviamo richieda professionisti all’altezza delle attese e delle necessità di un pubblico esigente e attento. Questo in linea con la “mission” dei giornalisti e dei comunicatori secondo Hansen e Machin (2013): il farsi occhi e orecchi per conto dei lettori su quanto accade in una certa comunità.

Ringraziamenti. Desidero ringraziare innanzi tutto *il professor Agostino Portera*: sua l'idea, nel 1999, che continuassi a occuparmi di comunicazione, mass media e nuovi media in un'ottica interculturale. Debbo molto, poi, al collega *Michelangelo Bellinetti*, a cui mi lega un'amicizia ormai trentennale e un profondo rispetto professionale verso colui che considero un maestro di giornalismo e di intelligenza critica. Proprio l'intelligenza critica la debbo alle lunghe chiacchierate, nei miei anni giovanili, con *Alessio Corte e Carlo Molinari*, i miei nonni: due persone semplici, di nessuna erudizione ma di profonda capacità di analisi, due menti libere che mi hanno insegnato a non fermarmi mai davanti alla verità ufficiale e a non servire alcun potere.

L'intelligenza critica non basta, tuttavia, senza l'anima: un insegnamento e un bagno di umiltà mi sono venuti dalla *Ronda della Carità*, associazione che aiuta i senza fissa dimora, e dalla sua *fondatrice Tiziana Recchia*, imprenditrice che guida Open-Up-by-Cassiopea, società di formazione; con Tiziana ho imparato a rispettare e a comprendere la diversità, nelle notti sulle strade a raccontare per il mio giornale gli "ultimi della città", assieme al compianto grande fotoreporter del quotidiano "L'Arena", *Tiziano Malagutti*, che con me ha sofferto in silenzio di fronte ai nostri fratelli e sorelle più sfortunati.

C'è infine *Padre Alceste Piergiovanni Ferranti*, il prete missionario in Chile a cui debbo il dono prezioso di mia figlia Stefani, "luce dei miei occhi". È lei, ogni giorno, a insegnarmi il fascino e la fatica del rapporto con la diversità; e i ponti che possiamo creare con chi è diverso da noi, per poi scoprire un qualche cosa che ci rende molto simili.

I diritti d'autore di questo testo sono da me devoluti per intero al mondo dell'adozione internazionale: ogni fotocopia non autorizzata e illegale è quindi una sottrazione di denaro alla solidarietà.

PROSMEDIA E IL CENTRO STUDI INTERCULTURALI DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI VERONA

Il gruppo di analisi interculturale dei media, *ProsMedia*, è stato fondato e ora portato avanti da Maurizio Corte (coordinatore), Elena Guerra, Nina Kapel e Cristina Martini. Svolge ricerca sui media di massa e i nuovi media, nell'ambito del Centro Studi Interculturali. Ha un blog (www.prosmedia.org) dove vengono pubblicati notizie, riflessioni, contributi che si raccolgono in modo sinergico con il contenuto di questo libro, entrando nello specifico di problematiche e casi concreti; aggiornando e approfondendo specifici temi.

Il gruppo ProsMedia partecipa ai lavori di ricerca universitaria sul tema "media e minoranze", realizzati dalla Rete universitaria che opera al servizio della Carta di Roma e della sua Associazione (www.cartadiroma.org). ProsMedia ha poi sezioni, con l'apporto di altri studiosi, che si occupano di comunicazione digitale, social media e digital strategy, giornalismo investigativo e visual data journalism.

Il gruppo di ProsMedia fa parte del *Centro Studi Interculturali* (Csi), diretto dal professor Agostino Portera, ordinario di Pedagogia interculturale all'Università degli Studi di Verona. Il Csi afferisce al Dipartimento di Filosofia, Pedagogia e Psicologia dell'Ateneo: si occupa di ricerca nell'ambito della Pedagogia interculturale e della Comunicazione interculturale.

Il Csi (www.csiunivr.org) dal 2003 svolge anche attività didattica di alta formazione, con il Master in "Intercultural competence and management", sui temi della mediazione interculturale, della gestione dei conflitti e della comunicazione interculturale in ambito scolastico e formativo (compreso l'italiano come lingua L2), aziendale e delle relazioni internazionali, sociale e sanitario, del giornalismo interculturale e delle media relations, e nell'ambito della mediazione giuridica.

Maurizio Corte, giornalista professionista al quotidiano L'Arena di Verona, è membro del comitato scientifico del Ma-

ster del Csi e coordina il gruppo ProsMedia. I suoi ambiti di ricerca sono: la comunicazione interculturale nei media, il giornalismo interculturale e il rapporto fra crimine, giustizia e media. Si occupa anche di comunicazione digitale, digital marketing e comunicazione strategica attraverso i media. I suoi blog sull'attività di ricerca (universitaria e non) sono raggiungibili dall'indirizzo: www.mauriziocorte.it.

Per quanto inquietante sia il pensiero che il mondo un giorno possa essere popolato di Professori (quanto a noi ci ritireremmo su di un'isola deserta), l'idea che non possa esserlo che di piccoli ingranaggi è ancora più inquietante.

Max Weber

CAPITOLO I

COMUNICAZIONE, MASS MEDIA E WEB

SOMMARIO: 1. Mass media e comunicazione. – 2. Capire la comunicazione: le teorie dei media. – 3. Vecchi e nuovi media: il giornalismo e la sfida comunicativa del mondo digitale. – 4. La comunicazione digitale in una società pluralistica

*E poi, e poi tutti chiusi in tante celle
fanno a chi parla più forte
per non dir che stelle e morte fan paura.*

F. Guccini, Canzone della bambina portoghese, 1972

Nella comunicazione possiamo distinguere due aspetti: un aspetto di informazione e uno di relazione. Il primo aspetto insiste sul concetto di “notizia” legato all’atto del comunicare: il soggetto A, emittente, mette al corrente il soggetto B, destinatario del messaggio, di una certa informazione. Il processo avviene grazie all’utilizzo di un codice comune, con il quale il soggetto B è in grado di decifrare, di decodificare, di comprendere quanto afferma il soggetto A. Il passaggio di informazione avviene mediante l’utilizzo di un canale e in virtù della chiarezza con cui il trasferimento della notizia si realizza (Volli, 1994, p.17 e segg.). Il secondo aspetto della comunicazione, quello di “relazione”, insiste sulla “messa in comune”, sulla “condivisione”, sul rapporto che si instaura fra i soggetti che comunicano, fra l’emittente e il destinatario del messaggio e viceversa. Come osserva Galliani (1999, p.12) il verbo “comunicare” ha una radice etimologica che risiede in due verbi greci, entrambi legati all’idea di comunità, del mettere (o avere) qualcosa in comune.

Come osserva Volli (2000, p.5), il destinatario del messaggio “si trova a ricostruire l’intenzione dell’emittente, a interpretare il messaggio, a reagire ad esso o a rifiutarlo”. Nel fare questo, il destinatario del messaggio mette in azione due strumenti. Il primo strumento è costituito dalla sua capacità di comprende-

re il significato, il contenuto, l'informazione che gli vengono trasmessi utilizzando un codice comune con l'emittente del messaggio, pena l'impossibilità di capire. Il secondo strumento è l'orizzonte di senso entro cui egli (o ella) si muove, la "cultura" che il destinatario possiede (sul concetto di cultura si veda il capitolo sulla comunicazione interculturale).

Proprio l'orizzonte di senso a cui fa riferimento l'emittente nel redigere e nel trasmettere il messaggio, rende difficile una comprensione totale, precisa, esaustiva di quanto egli (o ella) invia al destinatario. D'altro canto, il destinatario, l'interprete, rischia sempre di fraintendere, di non cogliere a fondo quanto l'emittente trasmette: questo accade perché l'orizzonte di senso del destinatario è diverso da quello dell'emittente.

Gli assiomi della comunicazione. Sull'interpretazione dei messaggi e del comunicare, Watzlawick (1971, pp. 40 e segg.) fissa "alcune proprietà semplici della comunicazione che hanno fondamentali implicazioni interpersonali": si tratta degli "assiomi della comunicazione". La loro conoscenza è molto importante per chi fa giornalismo, comunicazione e webmarketing: consente di comprendere le situazioni di conflitto e di gestirle; e consente di operare al meglio sia quando si è nella comunicazione, sia quando si gestisce la comunicazione di altro. Si rinvia per questo alla lettura integrale, attenta e ripetuta del testo di Watzlawick e altri.

Il *primo assioma* è "l'impossibilità di non-comunicare". Watzlawick osserva che "il comportamento non ha un suo opposto. In altre parole, non esiste qualcosa che sia un non-comportamento e, per dirla più semplicemente, non è possibile non avere un comportamento. Ora, se si accetta che l'intero comportamento in una situazione di interazione ha valore di messaggio, vale a dire è comunicazione, ne consegue che comunque ci si sforzi, non si può non comunicare. L'attività o l'inattività, le parole o il silenzio hanno tutti valore di messaggio: influenzano gli altri e gli altri, a loro volta, non possono non rispondere a queste comunicazioni e in tal modo comunicano anche loro".

Il *secondo assioma* è che "ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto e un aspetto di relazione di modo che il secondo classifica il primo ed è quindi meta-comunicazione". Watzlawick afferma che una comunicazione non soltanto trasmette informazione, ma al tempo stesso impone un comportamento: si è giunti a considerare queste due operazioni come l'aspetto di

“notizia” (report) e di “comando” (command) di ogni comunicazione. L’aspetto di notizia di un messaggio trasmette informazione ed è quindi sinonimo nella comunicazione umana del contenuto del messaggio; l’aspetto di comando, d’altra parte, si riferisce al tipo di messaggio che deve essere assunto e perciò, in definitiva, alla relazione tra i comunicanti. L’aspetto di notizia trasmette i “dati della comunicazione”; l’aspetto di comando trasmette “il modo in cui si deve assumere la comunicazione”.

Il *terzo assioma* della comunicazione di Watzlawick afferma che “la natura di una relazione dipende dalla punteggiatura delle sequenze di comunicazione tra i comunicanti”. Un osservatore esterno può considerare una serie di comunicazioni fra due soggetti come una sequenza ininterrotta di scambi. Tuttavia, osserva Watzlawick, coloro che partecipano alla interazione introducono sempre qualcosa di importante che potremmo definire “la punteggiatura della sequenza di eventi”. La punteggiatura organizza gli eventi comportamentali ed è quindi vitale per le interazioni in corso: un disaccordo su come punteggiare la sequenza di eventi si trova alla radice di innumerevoli conflitti di relazione. L’esempio più evidente è quello di un bisticcio fra marito e moglie, o fra due ragazzini, quando alla fine ci si rinfaccia su chi sia stato il primo a cominciare il bisticcio.

Il *quarto assioma* della comunicazione, fissato da Watzlawick, afferma che gli esseri umani comunicano sia con il modulo numerico che con quello analogico. Nel linguaggio numerico-digitale (il linguaggio verbale), ogni volta che si usa una parola per nominare una cosa è evidente che il rapporto fra il nome e la cosa nominata è un rapporto stabilito in modo convenzionale, con tratti di arbitrarietà: tant’è che la “cosa fiore” in italiano è nominata “fiore” e in una lingua straniera in modo diverso (“flower” in inglese, ad esempio). Le parole, quindi, sono segni convenzionali. Nel linguaggio analogico (un’immagine, ad esempio) ci troviamo invece in presenza di qualcosa che è simile alla cosa designata, e quindi si può fare riferimento con maggiore facilità alla cosa che si rappresenta, come quando si può ammirare il disegno o la fotografia di un fiore.

Infine, il *quinto assioma* della comunicazione enunciato da Watzlawick afferma che tutti gli scambi di comunicazione sono simmetrici o complementari, a seconda che siano basati sull’uguaglianza o sulla differenza. In caso di “interazione simmetrica”, il soggetto B tende a rispecchiare il comportamento del soggetto A con cui sta comunicando, di modo che fra i due vi è una co-

municazione (verbale e/o non verbale) su un piano di uguaglianza. In una “interazione complementare”, il comportamento del partner (il soggetto B) completa quello dell’altro (il soggetto A): si hanno così due diverse posizioni, un soggetto assume la posizione “superiore, primaria o one-up” e l’altro soggetto tiene la posizione corrispondente, “inferiore, secondaria o one-down”.

1. Mass media e comunicazione

Vi è una differenza fra “media” e “mass media”, fra lo strumento – il medium – che utilizziamo per comunicare a livello interpersonale e lo strumento (mass medium) che è utilizzato per comunicare a livello sociale, avendo come destinatari una massa di persone. Un telefono cellulare, ad esempio, è un “mezzo di comunicazione di massa” nel senso che è utilizzato da una “massa di persone”, intesa come “gran numero di persone”. Nonostante la diffusione capillare, il telefono cellulare non è di per sé un “mass medium”, non appartiene alla “comunicazione di massa” intesa come “un processo che implica la produzione, la trasmissione e la diffusione di testi, notizie, brani musicali e sequenze di immagini, tali da poter raggiungere una quantità di persone disperse in un territorio, senza essere in relazione fra loro, in tempi molto brevi” (Fileni, 1999, p.65).

Con l’ibridazione dei media e le multifunzioni assegnate ai media personali, come il telefono cellulare, abbiamo la possibilità di veder passare la comunicazione di massa attraverso un medium un tempo usato per la comunicazione interpersonale: è il caso degli smartphone e comunque di quei telefoni cellulari che trasmettono messaggi a un pubblico (mobile tv e processi simili). Resta comunque il fatto che un mezzo di comunicazione personale non diventa un “mass medium” solo perché è posseduto da una massa di persone; a meno che non veicoli i messaggi proprio dei mass media.

Quanto ai social network – Facebook (nato nel 2004), Twitter, Youtube, Linkedin sono i più noti – rappresentano luoghi del Web dove si attua la convergenza fra sistemi diversi di comunicazione: essi realizzano l’ibridazione fra mezzi di comunicazione interpersonale mediata dal computer e mezzi di comunicazione di massa. Se pubblichiamo un post sulla nostra pagina Facebook, letta da migliaia di persone, realizziamo una comunicazione di massa, che sovente si alimenta dei contenuti mas-

smediali tradizionali (articoli di giornale, filmati tv); mentre se chattiamo con un nostro amico attraverso Facebook stiamo facendo della comunicazione interpersonale. Se poi il nostro post pubblicato sulla timeline di Facebook dà vita a una dibattito, dai tratti anche interpersonali, ecco che l'ibridazione fra mass medium e medium personale raggiunge il suo apice. Per questo, possiamo affermare che nella gestione della comunicazione sui social network (il "social media management") è necessario mettere in campo competenze sia di tipo massmediale, sia competenze che portino a un'efficace comunicazione interpersonale.

Con Livolsi (2002, p.243) possiamo dire che "nelle società contemporanee la gran parte delle informazioni proviene dai mass media. Sono essi a dare quelle notizie che, da un lato, costruiscono la visione del mondo e, dall'altro, forniscono tutto quanto può servire al soggetto, concretamente e quotidianamente, per vivere nel suo gruppo sociale", dalle informazioni spicciole alle notizie più importanti. Sempre Livolsi (2002, p.245) spiega come nelle comunicazioni di massa l'emittente sia costituito dalle grandi stazioni televisive e dalle testate giornalistiche, mentre il ricevente (il destinatario) del messaggio sia l'insieme dei pubblici di riferimento.

L'impiego massiccio dei mezzi di comunicazione di massa non deve tuttavia portare a una sottovalutazione della comunicazione interpersonale, sia essa diretta, "in presenza", sia essa mediata da un tablet, un telefono cellulare o fisso, o da un messaggio via email. D'altro canto, i mezzi di comunicazione di massa rappresentano una spia dell'atmosfera culturale di un gruppo o di una società. "I mass media sono i mezzi più accessibili per capire qual è il clima prevalente e se una certa opinione dominante nei media tenderà ad affermarsi sempre di più nelle fasi successive della formazione ed espressione delle opinioni individuali", osserva McQuail (2001, p.362).

Molte forme di comunicazione e di controllo sociale sono rivolte a rafforzare e a legittimare valori, credenze, atteggiamenti e modelli di comportamento già acquisiti, a difenderli più che a metterli in discussione (Cheli, 1997, p.92). I giornali, la Tv, la radio, i siti Web informativi, i profili sui social media hanno una responsabilità culturale di cui talvolta non sono coscienti. I media di massa sono ben lontani dall'influenzare meccanicamente i fruitori, dal poter plasmare le coscienze dei lettori a proprio piacimento, dal determinarne gli atteggiamenti e i comportamenti in modo preciso e automatico, come conferma-

no le critiche ai paradigmi della Communication Research sviluppati negli Stati Uniti fino agli anni sessanta (Cheli, 1997, pp.81 e segg.). I mass media sono invece efficaci nel confermare idee, convinzioni, modelli già patrimonio dei fruitori; che trovano poi amplificazione sul Web, nel mondo digitale.

I dubbi sugli effetti reali dei mass media tuttavia rimangono, come evidenzia McQuail (2001, pp.325-326): certi effetti si verificano anche se non riusciamo a vederli o prevederli con chiarezza o a sapere dopo un avvenimento quanto è da attribuire ai media. È improbabile che i media siano l'unica causa necessaria o sufficiente di un effetto, e il relativo contributo è difficile da soppesare. In molti dei questi casi (formazione delle opinioni e dei comportamenti devianti, aree controverse dell'etica) è indubbio che i media sono la causa prima, ma la maggior parte delle immagini, delle idee e dei messaggi non nasce dai media; proviene piuttosto dalla società a cui poi ritornano grazie al sistema mediale.

2. Capire la comunicazione: le teorie dei media

Il mestiere di comunicatore, giornalista o webmarketer richiede un'alta dose di professionalità, la cui formazione passa per gran parte dal "fare" (il laboratorio, la bottega artigiana del comunicare). È però importante avere consapevolezza delle conseguenze delle azioni comunicative, per meglio interpretare il ruolo professionale svolto. Vogliamo qui esporre in sintesi – nel mare magnum delle teorie dei media – quattro teorie che affrontano e illustrano i processi attraverso cui i mezzi di comunicazione di massa influenzano le conoscenze dei fruitori delle notizie; e le conseguenze che tutto ciò ha sul comportamento delle persone.

La prima teoria è quella di Walter Lippmann sulla *"funzione della stampa nella costruzione del significato"*; la seconda è la *"teoria della coltivazione (cultivation theory)"* messa a punto da George Gerbner; la terza teoria è quella della *"funzione di agenda-setting della stampa"*, sviluppata da Donald L. Shaw e Maxwell McCombs per comprendere come il pubblico assegni un certo ordine di importanza ai temi politici di cui si occupano le notizie; la quarta teoria è quella della *"funzione dei media nella formazione del linguaggio"*, formulata inizialmente da Melvin DeFleur e Timothy Plax.

Stampa e significato. Walter Lippman, giornalista (cit. in De Fleur-Ball Rockach, 1995, p.278) ha dimostrato, negli anni venti del Novecento, come le caratteristiche del mondo reale abbiano spesso uno scarso rapporto con le opinioni che le persone hanno di quello stesso mondo; e come le interpretazioni date dalla stampa agli eventi possano radicalmente alterare l'interpretazione della realtà delle persone e i loro conseguenti modelli di azione. Lippman (cit. in De Fleur-Ball Rockach, 1995, pp.279) ha concluso che le persone agiscono non sulla base di ciò che ha realmente avuto luogo o che è effettivamente accaduto, ma sulla base di quella che pensano sia la situazione reale secondo le descrizioni fornite loro dalla stampa, cioè significati e interpretazioni che spesso corrispondono soltanto in parte a quanto è successo.

Queste descrizioni possono condurre ad azioni inappropriate e a comportamenti che hanno scarsa relazione con la vera natura del mondo esterno. I mezzi di informazione, peraltro, non si predispongono deliberatamente a creare illusioni o a ingannare qualcuno; al contrario i codici etici del giornalismo insistono sull'oggettività, sull'equilibrio, sulla completezza e la fattualità dell'informazione. Ma si tratta di obiettivi irraggiungibili, viste le condizioni in cui i giornalisti sono costretti a lavorare dalla struttura dell'industria editoriale: limitatezza di risorse, processi di lavorazione che debbono fare i conti con tempi e spazi ridotti, di modo che i resoconti sono inevitabilmente sommari e si concentrano solo sui fatti centrali, ignorando gli altri.

Cultivation theory. Alla fine dei suoi studi sull'impatto della violenza televisiva sulle credenze degli individui, George Gerbner (cit. in DeFleur-Ball Rockach, 1995, pp.281-283) è arrivato alla conclusione che i contenuti della televisione "coltivano" le credenze delle persone. E ha dimostrato che almeno una parte degli individui che guardano spesso la televisione sovrastima il livello di violenza del proprio quartiere e teme in modo esagerato di esserne colpita direttamente. "Nonostante le controversie che ha generato, e indipendentemente dal fatto che sia o non sia una reinvenzione, con nuove etichette, di una ruota teorica più che assodata, la teoria della coltivazione rappresenta una soluzione promettente per affrontare l'antica questione di come acquisiamo le nostre conoscenze e di come esse guidano il nostro comportamento". (DeFleur-Ball Rockach, 1995, p.283).

Agenda setting. Al termine di una ricerca, condotta alla fine degli anni sessanta, sull'informazione prodotta nel corso della

campagna presidenziale americana del 1968 e sulla percezione dell'importanza dei vari temi da parte degli individui, Maxwell E. McCombs e Donald L. Shaw (cit. in DeFleur-Ball Rockach, 1995, pp.284-285) arrivarono ad una conclusione: c'era una forte corrispondenza tra la quantità di attenzione data dalla stampa ad un particolare tema e il livello di importanza assegnato a quel tema dagli individui esposti ai media. "Ciò non significava che la stampa riuscisse a spingere il pubblico ad adottare un particolare punto di vista, ma che riusciva a far sì che le persone considerassero alcuni temi come più importanti di altri" (DeFleur-Ball Rockach, 1995, p.284).

Dopo un'altra indagine condotta nel 1972, in occasione delle presidenziali americane, McCombs e Shaw confermarono la loro primitiva ipotesi: le agende dei media (ovvero i livelli di attenzione attribuiti ai temi) erano strettamente collegate alle gerarchie di importanza assegnate dai loro pubblici. L'agenda della stampa diventava l'agenda del pubblico. L'agenda dei media influisce quindi nel determinare l'agenda del pubblico. Governare la prima vuol dire orientare le seconda, per cui il pubblico si interesserà molto a certi temi e meno ad altri. Livolsi (2001, p. 316) osserva però che il "il modo in cui i media seguono le notizie è importante anche sotto un'altra angolatura. Giorno dopo giorno, i media, insistendo su un certo argomento, costruiscono una storia in cui la trama si evolve a seconda degli avvenimenti. È come se la trama si andasse sviluppando, via via, con l'arrivo di nuovi personaggi, altri fattori o circostanze".

Media e linguaggio. I media hanno effetti importanti anche sul nostro linguaggio e sui significati che usiamo. Essi esercitano queste influenze in modi diversi: presentano nuove parole con significati collegati; ampliano i significati dei termini già esistenti; sostituiscono con nuovi significati altri più vecchi; soprattutto consolidano le convenzioni in vigore per i significati delle parole della nostra lingua (DeFleur-Ball Rockach, 1995, p.288). La storia dell'uso della lingua italiana, in un Paese come l'Italia, caratterizzato fino agli anni cinquanta del Novecento dalla predominanza dei dialetti, è una dimostrazione viva di questa teoria (Corte, 2002, p.54). Possiamo anzi dire con Livolsi (2001, p.339) che "le concrete declinazioni che il linguaggio di un certo medium assume in un determinato periodo tenderanno a trasferirsi profondamente all'interno delle categorie interpretative degli individui".

L'influenza dei media sul comportamento. “Il contributo delle comunicazioni di massa al nostro sistema di significati condivisi è tanto complesso quanto profondo. In questo senso, le funzioni che i media svolgono nella trasformazione del comportamento del pubblico sono a lungo termine, sottili e cumulative (...). L'agire individuale è determinato dai significati attribuiti al mondo fisico e sociale”. (DeFleur-Ball Rockach, 1995, p.289).

Come afferma Grossi (1995, pp. 44-45), le funzioni di mediazione e di rappresentazione svolte dai mezzi di comunicazione assumono un rilievo decisivo quando quei mezzi devono dare conto di aspetti o di fette di realtà nuove e poco conosciute, di problemi (e soggetti sociali) che sono portatori di una qualche “diversità”, di una più o meno marcata “differenza”. In quel contesto, ascoltatori, spettatori, lettori dipendono maggiormente dalle informazioni che ricevono dai media. Il ruolo di stampa, siti web e radio-Tv diventa più delicato e più strategico. Questo costituisce il paradigma della dipendenza cognitiva: il potere cognitivo e simbolico dei media tende a crescere quando si esercita in riferimento a quelle realtà di cui i lettori-ascoltatori non hanno esperienza diretta.

Le ipotesi della dipendenza dal sistema dei media, dell'esposizione selettiva a determinati contenuti e dei suoi effetti sulle opinioni, i sentimenti e il comportamento degli individui sono state comprovate dai risultati della ricerca sul campo (DeFleur, Ball-Rokeach, 1995, p.336 e segg.). Così come il fatto che le comunicazioni di massa hanno qualche volta effetti potenti e diretti e altre volte piuttosto deboli e indiretti.

I mezzi di informazione svolgono tre funzioni fondamentali, nel rappresentare la realtà sociale veicolata attraverso radio, Tv, giornali (Grossi, 1995, p.43) e media digitali. La prima funzione è quella di *rendere visibili gli eventi*, i soggetti, i problemi sociali e quindi di attirare l'attenzione pubblica su di essi; la seconda, più complessa, è quella di *fornire un'immagine, una rappresentazione cognitiva della realtà* attraverso la copertura giornalistica; la terza, ancora più rilevante, è quella di *costruire per i lettori/ascoltatori un profilo simbolico* di questi elementi, un *contesto interpretativo* dotato di senso, razionale ed emotivo al tempo stesso, in cui eventi, fatti-notizia e rappresentazioni vengono ad assumere una dimensione non solo denotativa (il semplice “riferire”) ma anche e soprattutto connotativa (con implicazioni emotive, affettive e di senso).

I media assumono così ogni giorno un ruolo culturale decisivo per la collettività e i suoi processi sociali. È un ruolo articolato in tre funzioni distinte ma complementari: la *dimensione referenziale* (catturare l'attenzione, denotare, informare); quella *cognitiva* (costruire, promuovere, favorire una rappresentazione della realtà sociale e pubblica) e quella *simbolica* (fornire un modello interpretativo ed espressivo alla rappresentazione dei fatti-notizia).

L'influenza fra i media. I mezzi di comunicazione di massa non hanno solo un'influenza sul pubblico dei lettori e degli ascoltatori; essi si influenzano a vicenda e influenzano per primi gli operatori dell'informazione, siano essi giornalisti, fotografi, cineoperatori o webmaster. La nascita e diffusione dei social network (da Facebook a Youtube) e dei social media (come i blog) ha poi amplificato la rete delle influenze fra i media. A questa rete contribuisce anche la realtà del "giornalismo dal basso" (il *citizen journalism*, espresso in Italia ad esempio dal sito web YouReporter e da siti web affini), che amplia il numero delle fonti e contribuisce al rimbalzo continuo delle notizie sui vari media. Agenzie di stampa, giornali, radio, Tv, siti Web, blog autorevoli svolgono una funzione di "agenda setting" nei confronti dei giornalisti, influenzandone peraltro anche il linguaggio e le chiavi interpretative delle notizie.

3. Vecchi e nuovi media: il giornalismo e la sfida comunicativa del mondo digitale – di Irene Pasquetto

I mezzi di comunicazione sono in costante trasformazione e, di conseguenza, stiamo assistendo ad una frenetica riorganizzazione anche delle realtà sociali ad essi collegate (i gruppi di opinione, parte del sistema educativo, le attività commerciali legate alla pubblicazione di contenuti testuali o multimediali...), nonché a un ripensamento di concetti che fino a ieri ci sembravano definitivi, quali democrazia, copyright e privacy, per citarne alcuni. Eric Smith, direttore esecutivo di Google, affermò durante una conferenza tenutasi al Massachusetts Institute of Technology di Boston nel 2011, che "con il termine technology non ci si riferisce più alla creazione di hardware o a software. Oggi, con technology intendiamo l'utilizzo dell'enorme quantità di dati che abbiamo a disposizione per rendere il mondo un posto migliore".

Anche parte del pensiero accademico moderno concorda nell'affermare che siano più le forme in cui si realizza la comunicazione a plasmare le forme dell'organizzazione sociale che non il contrario, il tutto con le dovute conseguenze. Tra i pensatori contemporanei che meglio hanno sposato tale approccio nell'argomentare le potenzialità dei nuovi media vi è Clay Shirky, docente di comunicazione alla New York University, scrittore ed economista statunitense, il quale ha teorizzato l'esistenza di un "surplus cognitivo" digitale. Nel suo testo *Cognitive surplus*, Shirky sostiene che grazie alla Rete e sulla Rete stessa si stiano accumulando sempre più idee e dati provenienti da tutto il mondo, i quali, se utilizzati dalle persone giuste e nel modo corretto, potrebbero portare ad un miglioramento generale nell'organizzazione della società umana.

Non v'è dubbio che assieme a quello del commercio al dettaglio, uno dei settori che più è stato rivoluzionato dall'arrivo di Internet sia quello della produzione professionale di informazioni, il giornalismo. Il modo di fare informazione sta cambiando, anzi è già cambiato. Gli esempi abbondano. Robert Darnton affermò nel saggio *Giornalismo: tutte le notizie che ci stanno le stampiamo* (1990), mentre raccontava del periodo che ha trascorso come giornalista praticante al *New York Times* durante gli anni ottanta, che "i giornalisti hanno scarsi contatti con il pubblico e da esso non ricevono quasi nessun feedback". Oggi, al contrario, non vi è giornalista online o blogger che non sostenga che il suo stile sia influenzato dal riscontro con gli utenti-lettori, soprattutto dai commenti agli articoli lasciati sui siti delle testate e nei canali sociali.

Se la prospettiva che i giornali cartacei andranno via via scomparendo non scandalizza (quasi) più nessuno, è forse giunto il momento di iniziare a riflettere sulla possibilità di una scomparsa ben più radicale: quella del giornale come prodotto di consumo a sé stante. C. W. Anderson, Emily Bell e Clay Shirky hanno delineato nel saggio *Post-Industrial Journalism – Adapting To The Present*, divenuto ormai lettura obbligata per chiunque si occupi di giornalismo digitale, quello che è lo scenario del giornalismo contemporaneo, spingendo in particolare sulle strategie che questo dovrebbe mettere in atto per sopravvivere, soprattutto economicamente, alla rivoluzione digitale.

La ricetta magica del "giornalismo sostenibile", secondo gli autori, starebbe sì nell'adattarsi al presente digitale, ma mantenendo allo stesso tempo alti gli standard di professionalità. Per

distinguersi all'interno dell'*information overload* il giornalismo deve corrispondere ad una "performance professionale", dove il giornalista, ha spiegato Vincenzo Marino in occasione del Festival internazionale del giornalismo di Perugia (anno 2013), "(...) dovrà sempre più imparare a farsi da interprete di scenari, fungere da filtro fra informazioni verificate, segnalazioni e news-stream derivanti dai social media, e fondare il proprio lavoro su autorevolezza personale, efficienza e persino carisma per stagliarsi, fra gli altri, come attore sempre più credibile nell'intero ecosistema informativo".

Un giornalismo moderno, quindi, che però si distingue dalle altre realtà che si occupano d'informazione oggi (blog, aziende private, aggregatori etc. etc.) in quanto pubblica fatti verificati; ed è circondato da un'aurea di credibilità. Su tali buoni propositi si fondano le strategie editoriali dei siti di news di *New York Times*, *Guardian*, *Financial Times* e *The Economy*, per citarne alcuni. Volgendo invece lo sguardo verso la situazione italiana, come si stanno comportando le testate giornalistiche storiche nelle rispettive versioni digitali? La tendenza non sembra la stessa di quella anglo-sassone. Gli esempi di pratiche al limite del professionale abbondano, tra le più celebri troviamo la cosiddetta "colonna destra" di *Repubblica.it* (nell'edizione del 2014, anno in cui scriviamo). Si tratta della sezione "Il Notiziometro" di *Repubblica.it*, posizionata per l'appunto sulla destra in homepage nella quale ogni giorno vengono proposte ai lettori notizie veniali spesso condite con riferimenti a contenuti a sfondo sessuale. Come direbbero i marketers, si tratta di "news ad alta condivisibilità".

Alessandro Gazoia, studioso a metà tra il mondo di Sophia e quello dell'informatica, un vero "letterato digitale", definisce ironicamente, nel suo ebook *Il Web e l'arte della manutenzione della notizia*, simili pratiche giornalistiche come la "sindrome del boxino morboso". L'espressione deriva da un articolo del *MailOnline* nel quale sono narrate nei minimi particolari le vacanze post-Europei del calciatore Mario Balotelli riportando perfino la lingerie indossata dalla star calcistica (con tanto di foto). Sicuramente anche all'estero sono maestri nell'arte della costruzione della notiziola facile. C'è però una differenza fondamentale tra i giornalisti web italiani e i colleghi stranieri: esattamente come storicamente è sempre stato per la carta stampata, sulla stampa straniera (digitale e cartacea) è conservata

una distinzione tra stampa d'élite e popolare, fatto che invece non è mai esistito in Italia.

Con l'arrivo del digitale, nelle redazioni delle testate storiche italiane, si devono essere sentiti liberi di gonfiare a dismisura le sezioni dedicate ai contenuti più frivoli, più di quanto non avrebbero mai fatto per le versioni stampate, e la situazione è diventata quasi imbarazzante. Stare ai passi con i tempi non è un gioco da ragazzi. Si prenda l'ultima innovazione introdotta dal quotidiano il *Corriere della Sera* nella homepage su www.corrieredellasera.it. il sito dà la possibilità ai lettori di esprimere il loro giudizio sulla notizia appena letta. Per la precisione, è chiesto all'utente di esprimere il suo stato d'animo nel leggere l'articolo a lui sottoposto. Ne escono così delle belle, ad esempio il 69% dei lettori del *Corrieredellasera.it* si dichiarò entusiasticamente "soddisfatto", con tanto di smile, nel leggere del malore avuto in carcere dal leader dei Fratelli Musulmani (Egitto) il 31 agosto 2014. Invece che come opportunità di crescita, non solo economica ma anche professionale, il giornalismo italiano della tradizione pare aver preso solo il peggio della chance che il mondo digitale gli sta prospettando. Discorso opposto vale invece per alcune testate native digitali, tra le quali non mancano casi d'eccellenza, come *Il Post* di Luca Sofri.

Così come viene descritta dagli studiosi americani, l'idea di perseguire un giornalismo professionale digitale che si distingua da quello fatto in casa, mediocre o strillato dei blogger improvvisati dell'ultima ora, può a tutti gli effetti rappresentare un valido piano di resistenza alla crisi dell'industria editoriale degli anni dieci del XXI secolo. Un piano di resistenza, appunto, ma non di vittoria. Volendo affrontare la questione da un punto di vista prettamente commerciale e abbandonando logiche a breve-medio termine per spostarci su una previsione futura, è plausibile che il business delle news, da solo, non sopravvivrà alla rivoluzione digitale.

Non che le news non verranno più prodotte, al contrario verranno prodotte in numero sempre maggiore, ma ne potrebbe cambiare l'identità come oggetto di consumo. In quest'ottica, andrebbero a scomparire i siti di news e la fruizione di notizie verrebbe inserita all'interno di una proposta commerciale più ampia. Un gigante come Google, oggi già mezzo di trasmissione delle notizie grazie ai servizi di Google News e Google Tv, è probabile che prima o poi auspichi a diventarne produttore. Staremo a vedere come, se assumendo squadre di giornalisti, o ac-

quistando direttamente il *New York Times* a tempo opportuno. Come dice Paolo Costa, siamo in realtà già passati dall'affermare "L'ho letto sul giornale" o "L'ho sentito in tv" a "L'ha detto Google".

Come Jeff Bezos di Amazon, c'è chi millantava nel Web la fine dei padroni delle notizie, i gatekeeper e il conseguente inizio di un'era dove l'informazione sarebbe stata liberata dall'influenza dei editori e degli inserzionisti. In realtà, stiamo assistendo ad un passaggio di mano del business delle news da vecchi a nuovi distributori, e le notizie saranno come sempre nelle mani di chi ha i mezzi finanziari per produrle. Tra i vecchi gatekeeper, chi per primo scenderà in trattativa con le tech companies per primo si accaparrerà le condizioni migliori. Quanto, tutto questo, avrà influenza sulla società multiculturale e sulla comunicazione interculturale? È un interrogativo che uno studioso o un professionista dei media – sia esso giornalista, comunicatore, blogger o webmarketer – non può non porsi.

4. La comunicazione digitale in una società pluralistica

I limiti che i mass media hanno mostrato (Corte, 2002 e 2006, Binotto-Martino, 2004) nel rappresentare l'immigrazione e la diversità culturale rischiano di ripresentarsi nei nuovi media. Il digitale, com'è noto, ha consentito la convergenza dei media e la velocizzazione della comunicazione. I giornalisti e i blogger si trovano, come abbiamo visto nel paragrafo precedente, di fronte al rischio di un sovraccarico informativo: le centinaia di email che ogni giorno arrivano al programma di posta elettronica delle redazioni si sommano alle telefonate, ai tweet, ai post su Facebook, alla moltiplicazione delle notizie di agenzia. Va ricordato infatti che "Internet e con esso le tecnologie più avanzate non finiscono con l'annullare quindi i media tradizionali, ma al contrario si incontrano e 'scontrano' in un processo di convergenza sempre più preciso. Internet ingloba dentro di sé stampa, radio, televisione e cinema, offrendo un insieme di servizi che fino al suo avvento erano impensabili" (Centorrino-Romeo, 2012, p.45).

Abbiamo, da un lato, la messa a disposizione di giornalisti e comunicatori di una serie di strumenti e mezzi di informazione e di comunicazione che consentono di meglio operare: accessi rapidi ad archivi e risorse zuppi di conoscenza; strumenti e

linguaggi multimediali; tools per meglio organizzare il lavoro e il patrimonio di saperi; canali di rapido accesso alle fonti. Dall'altro lato, la velocità dei processi comunicativi e delle testate giornalistiche (si pensi ai siti web aggiornati in tempo reale, spesso battendo in un istante le agenzie di stampa) mette i giornalisti in una condizione difficile: il tradizionale *newsmaking* unito alla produzione di news a getto continuo, sommato poi alla scarnificazione del messaggio (tweet, titoli scorrevoli sui canali all news, flash sui monitor nei luoghi pubblici) porta a livelli pericolosi il rischio di distorsione involontaria del messaggio.

Se a questo uniamo la società pluralistica e complessa in cui viviamo – caratterizzata dalla presenza di persone di diversa cultura e appartenenza religiosa – vi è davvero la possibilità che la narrazione giornalistica e la comunicazione siano ostaggio di pregiudizi, di stereotipi, di visioni mediali preconfezionate. Rischiamo di vivere, quindi, nel migliore dei mondi possibili a livello di comunicazione (grazie ai mezzi a disposizione), a cui corrisponde però la peggiore delle informazioni possibili sul piano della credibilità, dell'aderenza ai fatti, del rispetto delle persone coinvolte negli eventi.

Osserva Mark Poster (1999, citato in Centorrino-Romeo, 2012): "Internet supera i limiti dei modelli della stampa e del sistema radiotelevisivo in quanto permette le conversazioni da molti a molti; rende simultaneamente possibile la ricezione, l'elaborazione e la redistribuzione di oggetti culturali; comporta la dislocazione comunicativa rispetto ai confini nazionali e alle relazioni spaziali territorializzate tipiche della modernità; fornisce un contatto globale istantaneo e, infine, immette il soggetto moderno/tardo moderno in una rete interconnessa". Si tratta certo di opportunità che, dall'altro verso, complicano la professione giornalistica e comunicativa; di opportunità che richiedono maggior competenza, maggiore profondità culturale e una consapevolezza chiara dei rischi insiti nella velocizzazione del comunicare. Senza contare che alla convergenza e alla ibridazione dei mezzi di comunicazione, attuate grazie ai media digitali, si uniscono la multimedialità, l'ipertestualità, l'interattività, l'accesso illimitato, la frammentazione dei pubblici (Centorrino-Romeo 2012): una serie di affascinanti opportunità di espressione e conversazione, che hanno come necessario attributo il richiamo a un impegno professionale di maggior spessore.

Va sottolineato che la flessibilità propria della società liquida (Bauman, 2006) nell'era digitale si accompagna alla conoscenza, sentita come indispensabile in una società complessa che punta tutto sull'innovazione; e si accompagna alla partecipazione, che trova espressione nei nuovi media e nei social network. Conoscenza e partecipazione richiedono professionisti della comunicazione che sappiano gestire i flussi comunicativi, interpretando da un lato i bisogni delle persone; e che sappiano dall'altro lato declinare le opportunità offerte dai moderni media. L'innovazione come cifra distintiva dell'età digitale si fa motore di cambiamento e richiesta di aggiornamento e di spessore professionale.

È tutto il sistema mediatico che è cambiato, con riflessi economici, politici, professionali sugli attori e sui protagonisti: editori, direttori di testata, giornalisti, comunicatori, web marketer. Se guardiamo al caso specifico del giornalismo, possiamo osservare “un nuovo ecosistema comunicativo e mediale, in cui l'interazione fra fonte, giornalismo e pubblico non è sequenziale, ma circolare” (Sorrentino-Bianda, 2008). Vi è stata una flessibilizzazione della professione giornalistica che si è sommata a un irrigidimento delle redazioni: il solco fra giornalisti “sul campo” (i pochi cronisti che vanno per strada, i molti freelance pagati poco, i collaboratori a tempo) e i giornalisti “agli arresti redazionali” (Giorgino, 2004) si è allargato. I giornalisti sul campo hanno visto accrescere la precarietà della professione; hanno assistito all'impoverimento d'immagine ed economico dell'essere cronisti; si debbono confrontare con l'incertezza che caratterizza il tessuto sociale (paure, tensioni, indefinitezza delle situazioni) e con la rigidità di chi, garantito, lavora al desk. I giornalisti in redazione hanno visto legare le possibilità di crescita professionale al dover stare in ufficio, al non potersi mescolare alla gente, al dover dipendere ancor più dai vecchi e nuovi media (il tradizionale telefono, il cellulare, il computer, internet, i canali satellitari): la loro visione del mondo, il loro racconto della città, la loro relazione con la comunità sono inevitabilmente mediate, con un processo di allontanamento dal reale. Inoltre, nel momento in cui la vita reale si è virtualizzata (sui concetti di reale e virtuale si veda Lévy, 1997) anche il loro lavoro giornalistico e comunicativo si è spostato sui canali virtuali.

Che giornalismo è quello che si chiude nelle redazioni? Che giornalismo è quello che si spende sulla strada, di fretta e

con fatica e scarsa gratificazione? Che giornalismo è quello che si misura con editori ancora “analogici”, sovente incapaci di capire il digitale e di investirvi? Che giornalismo è quello che si misura con direttori di testate i quali sovente non capiscono la rivoluzione digitale e i social network, e che temono (proprio per la loro insufficienza culturale) di perdere il controllo e il potere sulle informazioni e su come esse sono trattate e trasmesse? È un giornalismo – anzi, sono “più giornalismo” (Agostini, 2004) – che faticano a confrontarsi con l’Alterità, con la diversità. La tentazione di abbandonare la mediazione (il “microfono aperto” di certi collegamenti televisivi o di certi servizi giornalistici sono lì a dimostrarlo) è forte; così come la tentazione di irrigidire le posizioni e di presentare fatti, opinioni, eventi con un colore solo. Proprio oggi, che ci troviamo in una società la quale richiede uno spettro molto ampio di colori per essere rappresentata; e in cui “l’interazione tra i produttori di notizie e i social network porta come logica conseguenza alla socializzazione delle notizie stesse, un settore in cui Facebook sta già giocando un ruolo di primo piano” (Maistrello, 2010, p.138).

Il giornalismo dei nostri giorni necessita di diverso apporto, anche perché si è fatta più complessa e articolata la tradizionale triangolazione fra fonti, giornalisti e pubblico. Come osserva Costa (2010, p.205), “l’ecosistema della notizia si è affollato di attori, in un contesto di influenzamento reciproco, sovrapposizione di ruoli, fenomeni di disintermediazione e intermediazione di ritorno”. Al modello tradizionale di *gatekeeping* (la selezione delle notizie) si è sostituito un *network gatekeeping* con tre importanti cambiamenti, fa notare Costa: la presenza di nuovi gatekeeper (nuovi selezionatori delle notizie); l’intervento del pubblico con modalità incisive, che porta a nuove relazioni fra pubblico e giornalisti; una visione di tipo “negoziabile” dell’attività giornalistica di scelta delle notizie per il pubblico, rispetto alla visione “selettiva”.

“La cifra distintiva del digitale e di Internet sul giornalismo non è la supposta, mai realmente pratica, interattività. Non è neppure (per quanto l’aspetto sia tutt’altro che irrilevante) l’abbattimento dei costi di produzione, diffusione e accesso all’informazione. È semmai in primo luogo la combinazione di tre elementi: velocità, comunità e memoria”, con un più stretto rapporto fra produttori e fruitori delle notizie” (Agostini 2010). Al concetto di comunità si allinea l’idea di un giornalismo che da attività cattedratica, propria del giornalismo “lezione”, si fa

relazione con il pubblico, propria del giornalismo “conversazione” (Galli, 2005).

Nell’ultima parte di questo libro avanziamo alcune proposte per un Giornalismo che sia interculturale: un giornalismo della relazione, un giornalismo dell’ascolto, un giornalismo dell’attenzione, un buon giornalismo che eviti inutili “buonismi”. La sfida è infatti sulla capacità dei media, vecchi e nuovi, di raccontare una società che si è fatta più complicata; che richiede operatori dell’informazione e della comunicazione preparati e in grado di rappresentarla.

Non a caso, come osserva Morcellini (2011), la crisi dell’informazione in Italia passa anche dalla “rivoluzione degli stili narrativi”, che ha condotto i giornalisti ad appiattirsi sui codici della cronaca, allontanandosi dalla *narrazione del cambiamento*. Quale maggior cambiamento, se non quello di una società che si è fatta multiculturale?

Occorre quindi un *giornalismo competente*, perché i giornali non portano con sé solo “informazioni”, ma anche e soprattutto “conoscenze sulle cose del mondo relativamente attendibili, fondate e credibili” (Bechelloni, 2010, p.70). I giornali sono insomma una “cartografia” dell’esistente, una mappa con cui orientarsi (Kovach-Rosenstiel, 2007); e i giornalisti sono gli occhi e gli orecchi del pubblico in una certa comunità (Hansen-Machin, 2013).

CAPITOLO II

LA COMUNICAZIONE INTERCULTURALE: FONDAMENTI, OPPORTUNITÀ E OSTACOLI

SOMMARIO: 1. Globalizzazione, società pluralistica, Educazione e Pedagogia interculturale – 2. La comunicazione interculturale – 3. Ostacoli e opportunità della comunicazione in una società pluralistica: stereotipo, pregiudizio, razza e razzismo, etnia, identità, cultura

*Perché Rossana è bella, siamo così diversi,
a parlarle non riesco: le parlerò coi versi.*
F. Guccini, Cirano, 1996

1. Globalizzazione, società pluralistica, educazione e Pedagogia interculturale

Il termine “globalizzazione” nasce in ambito economico (Levitt, 1983) e quindi risente dell’interpretazione data da quel campo di studi e di ricerche: mercati connessi in un unico meccanismo, con regole globali e un sistema di produzione e di commercializzazione pensato su scala mondiale. La globalizzazione dei mercati ha portato a una rete di relazioni che ha avuto riflessi fondamentali anche in ambito locale, accompagnandosi alla velocizzazione della comunicazione, alla diffusione di Internet e delle tv satellitari, alla migrazione di persone. Tutti fenomeni che fanno parte del nostro vivere quotidiano e con cui ci confrontiamo nel lavoro e nelle relazioni personali, in azienda (si veda Guidetti, 2009) come nell’associazionismo.

La globalizzazione ha portato con sé anche l’incertezza, il venir meno di punti di riferimento consolidati e sicuri. Il cambiamento sociale ed economico, sommandosi a tecnologie della comunicazione sempre più sofisticate ed efficienti, ha determinato un senso di smarrimento, da cui sono nate paure e insicurezze proprie di una “società liquida” (Bauman, 2006, Appadu-

rai, 2005). Queste paure e insicurezze hanno avuto nei media, vecchi e nuovi, un'amplificazione e una tematizzazione crescenti.

Nel volgere di pochi decenni abbiamo visto la nostra società cambiare e farsi multiculturale – in virtù dei processi di globalizzazione – tanto che in Italia oggi circa l'8% della popolazione residente è di origine straniera. Viviamo in una società pluralistica, caratterizzata quindi da una pluralità di appartenenze culturali e religiose, con cui sia i media che il sistema dell'educazione e della formazione hanno dovuto fare i conti. Come sottolinea Granata (2012), la "pluralità" è oggi la norma entro la nostra società: l'approccio interculturale, nel momento in cui promuove l'incontro tra persone di culture diverse valorizzando somiglianze e differenze, può costituire una risorsa in campo educativo per la crescita e lo sviluppo della persona.

All'incertezza e all'insicurezza i media hanno sovente risposto con toni emotivi, divenendo strumenti degli "imprenditori della paura", di coloro – forze economiche e politiche – che hanno tentato di trarre giovamento dai timori della gente e dallo smarrimento sociale. Abbiamo così toccato con mano come la globalizzazione e la società pluralistica siano diventate delle "sfide" per tutti noi: una sfida nel vivere sociale, una sfida nell'agire economico, una sfida nel comunicare, una sfida nella formazione e nell'educazione. Formazione ed educazione a cui contribuiscono anche i media, seppur in modo informale e senza "progetti didattici", nell'ambito di quella che viene definita la società educante.

Alle sfide educative della globalizzazione e della società pluralistica la Pedagogia ha risposto declinando in maniera interculturale la propria ricerca e il proprio impegno speculativo. Di qui la nascita della Pedagogia interculturale, che costituisce l'orizzonte teoretico entro il quale si colloca la riflessione sui mass media condotta in questo nostro testo. La Pedagogia interculturale affronta in maniera scientifica l'analisi e lo studio dell'educazione in una società multiculturale, mentre in Italia resta ancora molto da approfondire sul ruolo della comunicazione in una prospettiva interculturale legata ai mezzi di comunicazione di massa. Quella pedagogica è una risposta di sistema, che agisce sul fronte educativo declinato nei vari ambiti, come sottolinea, con rigore teoretico e con l'apporto di esempi concreti, Portera (2013).

In questo nostro percorso verso il Giornalismo interculturale, chiariremo i concetti legati all'Educazione interculturale, alla Pedagogia e alla Comunicazione interculturale; e rifletteremo sugli ostacoli cognitivi e i fraintendimenti semantici che rallentano o impediscono la comprensione e il dialogo fra persone di culture diverse. Pregiudizi, stereotipi, ambiguità ed errori concettuali sono spesso riproposti dai mezzi di comunicazioni di massa; sono trasferiti ai lettori, veicolati nel passaparola e quindi introdotti nel bagaglio simbolico di milioni di persone.

L'Educazione interculturale. Propria dell'educazione e della comunicazione è la dimensione dialogica, dell'incontro e della "messa in comune" di significati. Lo scambio di risorse simboliche che gli attori sociali utilizzano – in via diretta o in via mediata – porta alla costruzione di immagini del reale, per interagire con gli altri e per la definizione di sé (Giaccardi, 2005, p.132). L'educazione e la comunicazione le ritroviamo in tutte le civiltà, pur con modi e organizzazioni differenti. Esse permettono la socializzazione all'interno della comunità, nonché la trasmissione dell'eredità culturale accumulata nel tempo dall'uomo. L'azione educativa ha, in via specifica, la funzione di sostenere lo sviluppo degli esseri umani verso una desiderabile condizione di vita adulta, personale e sociale, che sia autonoma e competente.

L'educazione porta anche con sé la caratteristica di quell'azione pratica, ovunque presente e verificatasi in tutti i tempi, per cui la generazione più adulta si piega verso la più giovane per aiutarla a sviluppare la capacità di cui ciascun uomo ha necessità per inserirsi utilmente nel contesto sociale del tempo (Secco, 1990, p.15). Si educa quando ci si occupa dei propri figli o dei propri allievi per portarli all'autonomia, che è il fine specifico dell'educazione: per portare il giovane alla capacità di fare da sé, di provvedere alle proprie necessità e all'inserimento nella società da protagonista e non da succubo.

Va osservato che l'educazione deve fare i conti con i limiti della educabilità: fra gli uomini non esiste un'uguale distribuzione di doti, ossia di possibilità. La loro gamma è quanto mai varia e si estende dal superdotato, al normodotato fino alle varie forme di handicap (Secco, 1990, p.18). Secondo quanto sottolinea Portera (2004, p.188), "l'educazione si colloca al centro dello sviluppo sia della persona, sia della comunità. Il suo compito è di consentire a ciascuno di mettere a frutto pienamente i propri talenti e di schiudere le proprie potenzialità creative, te-

nendo anche conto dell'ambiente fisico e geografico circostante (...). L'educazione, in questo senso, potrebbe essere considerata come un viaggio interiore, le cui tappe corrispondono a quelle di una continua maturazione della personalità, ad una ricerca della forma migliore di vita, non solo propria ma anche per chi vive accanto".

Scrivono Secco (1990, p.34) che "si tratta di educare le potenzialità proprie della natura umana e specifiche di ogni soggetto". Educare è un trarre fuori reso possibile dall'intervento che incontra la specifica realtà; ecco allora che l'educazione non può essere un qualunque intervento e non può avere altro fine che l'intento del "doversi realizzare del soggetto con le sue forze e secondo le sue disposizioni".

L'educazione si fa *educazione interculturale* quando è chiamata a misurarsi con una realtà caratterizzata dalla presenza di differenti culture, di persone provenienti da diverse aree geografiche, da scambi internazionali, da una de-territorializzazione, da una globalizzazione delle comunicazioni. L'educazione interculturale è un'educazione chiamata a far fronte al pluralismo culturale, alla rinascita dei fondamentalismi, dei conflitti tra culture, alla sfida dell'immigrazione (Santerini, 2003, p.33).

Secondo quanto Portera afferma (1997, p.192), l'approccio proprio dell'educazione interculturale rifiuta la gerarchizzazione e va inteso "nel senso di possibilità di dialogo, di confronto paritetico senza la costrizione per i soggetti coinvolti di dover rinunciare aprioristicamente a parti significative della propria identità. Muovendo dal presupposto che non è la cultura che forgia la persona, ma sono le persone che fanno la cultura, la strategia interculturale interviene là dove effettivamente la multiculturalità agisce, rigettando sia le sintesi culturali, sia il puro insegnamento di ogni gruppo etnico (sapere enciclopedico), riferendosi ad un paradigma pedagogico che non coinvolge solo i contenuti, ma anche i metodi del rapporto educativo".

L'educazione interculturale, in pratica, si traduce in una serie di azioni, secondo quanto richiamato da H. Essinger (Secco, 1999, p.9): educazione all'empatia, nel senso di imparare a capire gli altri, a immedesimarsi in loro; educazione alla solidarietà, per formare una società più umana; educazione al rispetto interculturale, evitando il saccheggio degli uomini e della natura; educazione alla mondialità lontana dal pensiero nazionalistico, visto che i confini nazionalistici sono superati dalla mobilità dei popoli. L'educazione interculturale è educazione all'incon-

tro, al dialogo, all'interazione, al rispetto, all'accoglienza e all'apertura all'Altro nella sua diversità.

Sottolinea Portera (2004, p.179) che l'Educazione interculturale potrà essere intesa come un'educazione dell'essere, nel senso che pedagogicamente il soggetto vale più della sua cultura. Per questo va sempre posto al centro della riflessione pedagogica; si serve di essa, ma non può essere asservito. La cultura è un'entità dinamica: è l'essere umano a formarla. Così come forma la cultura, l'educando può (e deve) avere la possibilità anche di modificarla, al fine di renderla adeguata alla realtà dell'ambiente esterno. Affinché ciò avvenga, Portera sottolinea la necessità di imparare a riconoscere e gestire i conflitti e la propria aggressività; e nel contempo evidenzia l'importanza dell'educazione alla pace. L'Educazione interculturale, insomma, si configura come educazione ai sentimenti, alla comprensione, all'ascolto, al dialogo, al pluralismo, alla legalità, alla pace, alla gestione del conflitto, all'amore (Portera (1997, p.213).

La Pedagogia interculturale. La Pedagogia ha come oggetto la riflessione sull'educazione. Essa si interroga se ciò che si è fatto e si fa in nome dell'educazione, sia effettivamente educazione. "Prima ancora si interroga se sia possibile l'educazione e a quali condizioni; quali siano i fini dell'educazione, i mezzi di cui servirsi e quanto altro si possa chiedere sul piano teorico circa l'educazione. Mentre l'educazione è l'atto pratico, la Pedagogia è il discorso teorico sull'educazione" (Secco, 1990, pp.15-16). Essa è la disciplina della "cura hominis" (Graneese, 2003, p.455), intesa in senso lato e comprensivo, ed ha come fondamentale presupposto quello della riduzione dell'educazione al concetto generale della cura, intesa ovviamente come "cura esperta". La Pedagogia è quindi una disciplina che, riflettendo sul fatto educativo, è sì teorica ma in funzione pratica e da questa sua funzione trae fondamento il suo statuto epistemologico: indagare sul possibile educativo e prospettare soluzioni (Secco, 1990, p.27). L'oggetto dell'educazione è sì la formazione (e la teoria della formazione) dell'uomo e della donna, ma nella loro contestualizzazione storica, culturale e sociale (Frabboni, 2005, pp.30-31).

Come definire la Pedagogia interculturale? Portera (1997, p.192) rileva che "mentre la multiculturalità e la pluriculturalità richiamano fenomeni di tipo descrittivo, riferendosi alla convivenza, più o meno pacifica, gli uni accanto agli altri (tipo 'condominio'), di persone provenienti da culture diverse, il prefisso

“inter” presuppone la messa in relazione, l’interazione, lo scambio di due o più elementi”. Secco (1992, p.35) fonda la Pedagogia interculturale sull’essere dell’uomo, su quanto emana dalla sua natura, per poi modulare il contingente (tra cui i rapporti tra culture) sulle funzioni che esso può svolgere a vantaggio di una migliore affermazione della propria umanità sia in sé, sia in rapporto con gli altri.

Siamo allora a una *Pedagogia rispettosa della diversità*, che non muta il proprio statuto epistemologico e il proprio orientamento. Si fa “interculturale” nell’affrontare e rileggere i problemi educativi del nostro tempo; e tiene conto (Sirna Terranova, 1997, p.36) delle nuove condizioni in cui oggi il processo educativo va pensato e realizzato, attenta com’è alle problematiche del nostro tempo: incontro-scontro fra culture, raccordo identità-alterità, superamento di pregiudizi e stereotipi, ragioni del dialogo. Secco (1992, p.43) ci ricorda che “l’intercultura in sé e per sé non esiste; esistono i rapporti tra persone appartenenti a diverse culture: è su questi che occorre focalizzare l’attenzione. Mettersi in rapporto paritario significa rinunciare a una dominanza e alla concezione universalistica della propria cultura”. La *strategia interculturale* interviene nella “situazione multiculturale”, al livello delle molte relazioni che le persone in formazione hanno o stabiliscono con i gruppi sociali che li circondano e li stimolano, riferendosi a sistemi di significato, a modelli, a idee, a valori, a prospettive d’azione sovente antagonisti (Nanni, 1992, p.224). Queste interrelazioni, con lo sviluppo del fenomeno immigratorio e con la stabilizzazione di molte famiglie straniere con prole, si costruiscono a partire dalla scuola, nella più tenera età. Esse poi proseguono nei contatti che sono stabiliti attraverso l’incontro tra persone di differente cultura, con la comunicazione estesa a livello globale, con i mass media.

Siamo in presenza di una sfida importante per il mondo della scuola, per quello della comunicazione e dei mass media. È importante, anche per i media e nei media, non far sentire i cittadini immigrati (piccoli e grandi) troppo diversi dagli altri, allargando i solchi della diversità; o farli sentire esattamente uguali agli altri, omogeneizzando le differenze, le peculiarità e le caratteristiche culturali diverse. Come osserva Butturini (1996, p.39) “la passione per la differenza dovrebbe caratterizzare ogni educatore, che dovrebbe divenire sempre più capace di riconoscere e rispettare tutte le diversità, di far superare le disuguaglianze, che sono manifestamente segno di inferiorità e

di deprivazione, di valorizzare e promuovere le differenze, specie quelle che sono distintive e singolari in ogni uomo”.

Una *metodologia dell'ascolto* è il vero punto di forza di ogni prospettiva interculturalista, anche quella agita attraverso i media vecchi e nuovi. Quella metodologia – evidenziano Demetrio-Favaro – si articola in ascolto di domande di accoglienza e di conferma esistenziale (ciascuno sa di esistere se gli altri si accorgono della sua presenza); ascolto di storie di vita (dove una storia di vita è anche storia della cultura da cui si viene e della quale ancora si condividono valori e mentalità); ascolto di se stessi, in quanto educatori che si interrogano a partire da quesiti che si sviluppano nel corso dell'esperienza, dove questa si rende educativa se, quanto ascoltato, viene raccolto, riproposto, arricchito di altro sapere.

L'incontro e la comunicazione si instaurano fra persone che si trovano su un medesimo livello ma con saperi e con esperienze differenti; pronti a scambiarsi i punti di vista e a cercare assieme soluzioni possibili. Chi opera nell'orizzonte della Pedagogia interculturale (Wallnoefer, 2000, pp.27-28) non si pone su una posizione di superiorità; è colui che conosce la società in cui vive e serve alla persona di origine straniera come guida in un mondo sconosciuto, ma non decide per l'altro gli obiettivi da raggiungere.

La Pedagogia interculturale, in quanto Pedagogia, cerca prima di tutto di favorire l'integrazione e l'interazione tra persone di diversa origine e tradizione, credo religioso ed etnia (si vedano Demetrio e Favaro, 1992, p.28). Essa intende facilitare la conoscenza reciproca, la *disponibilità allo scambio e all'incontro*, così come il cambiamento degli uni e degli altri, cioè di chi ospita e di chi è ospitato, di chi emigra e della popolazione autoctona. Infatti, chi accoglie deve modificare le proprie modalità di pensiero e i propri comportamenti, mentre chi è accolto dovrà adattarsi alle condizioni di convivenza che gli vengono richieste: infatti, “nessuno emigra per stare peggio”. Il compito della Pedagogia interculturale è dunque quello di fare in modo che “culture diverse convivano senza ignorarsi: dal momento che la non conoscenza del pensiero dell'Altro, da sempre, scava fossati, aggrava pregiudizi e stereotipi, alimenta i conflitti sotterranei” (Demetrio e Favaro, 1992, p.30).

È in quest'orizzonte che si debbono muovere anche i *mezzi di comunicazione di massa* e i *social media*, la cui capacità educante e formativa – anche se non dotata di uno statuto scientifi-

co e di un'organizzazione curriculare – è riconosciuta. Molto spesso, invece, il “diverso” è colto solo in una prospettiva di gruppo, di massa indistinta, pericolosa, spesso deviante e comunque minacciosa. Ogni singola persona perde la propria individualità e diventa vittima di visioni stereotipate, dove i tratti distintivi della persona singola si stemperano e confondono in un fondale comunicativo e informativo indistinto, spesso ghettizzante. Si arriva al punto di “eticizzare” il crimine, la devianza, il pericolo e di porre un'equazione non esplicitata, ma presente, secondo cui la singola persona di cultura diversa coincide con il gruppo etnico e culturale a cui appartiene e di quel gruppo eredita – in via automatica – le connotazioni negative e pericolose. La persona va invece recuperata e preservata “dalla sua identificazione con qualsiasi modello culturale fisso e definitivo. La persona si distingue dalla cultura, e se di essa si serve non ne può, o meglio non ne deve, essere asservita” (Secco, 1992, p.41).

I mass media, la comunicazione, i social media, finanche il webmarketing possono diventare strumenti di *mediazione interculturale* e di “*peace building*”, come dimostrano molti studi internazionali (si veda, per fare solo un esempio, Gitlin, 2003). Basti poi ricordare il ruolo dei social network e dei social media di opposizione nella Primavera Araba del 2011, con i movimenti di opposizione che dibattevano, trovavano proseliti, si incontravano grazie ai nuovi strumenti di comunicazione uniti ai vecchi e tradizionali moti dell'anima per la libertà e la democrazia.

Per educare ad essere aperti all'alterità è importante il contributo non solo di una congruente istruzione scolastica, ma anche extra-scolastica, a cominciare dai mass media. I mezzi di informazione devono stimolare il dialogo, il quale permette di affrontare e gestire i confini etnocentrici. “Il dialogo definisce le condizioni di apertura all'Altro e permette di realizzare soglie di passaggio tra forme culturali: si configura come un incontro che crea le condizioni per un'apertura reciproca, permettendo ai partecipanti di creare insieme nuovi simboli culturali” (Baraldi, 2003, p.170).

Il dialogo è una forma di comunicazione che richiede espressione e riconoscimento di diversità, necessita cioè che ciascun partecipante osservi gli altri come persone capaci di conoscere e di esprimersi. Perché ci sia dialogo è necessaria la partecipazione sociale attiva di tutti gli interessati e la capacità dei soggetti di decentrare la propria prospettiva, assumendo il punto

di vista dell'Altro, vale a dire l'empatia. Essa integra ascolto e comprensione dell'Altro, interesse per ciò che comunica e sensibilità per emozioni e bisogni altrui. Il dialogo si rivela efficace e positivo se comprende anche un ascolto di tipo attivo, che si fonda su regole precise, sintetizzate nel linguaggio dell'accettazione. Deve perciò nascere dall'ascolto reciproco, inteso come presupposto dell'incontro fra soggetti e fra gruppi e come predisposizione a una critica reciproca e alla volontà di costruire. Attraverso l'ascolto attivo si manifesta "la disposizione a riconoscere l'Altro come valore, ad accoglierne incompiutezze, errori e contraddizioni come segni del suo divenire, ad essere per lui occasione di confronto e di crescita" (Ventura, 2003, p.26).

Il ruolo dei media. I mezzi di informazione, nel loro ruolo di mediazione in una società complessa, possono fare riferimento ai principi e ai presupposti della Pedagogia interculturale: un ruolo fondamentale può essere così assunto da un giornalismo che sappia dimostrarsi autenticamente interculturale, il quale, basandosi sulle acquisizioni della Pedagogia interculturale e sulle indicazioni concrete dell'Educazione interculturale, diventi una necessità per una società pluralistica e multiculturale che intenda vivere pienamente i principi della partecipazione, della democrazia, dell'uguaglianza di diritti e opportunità.

Tuttavia, nonostante gli importanti sviluppi della Pedagogia interculturale, in Italia resta ancora da approfondire il ruolo della comunicazione e del giornalismo interculturali. Spesso – anche nella stampa – ci si limita all'approccio multiculturale, il quale, se da un lato presenta il merito di educare al rispetto e al riconoscimento dei diritti degli altri diversi da noi, dall'altro comporta il rischio di fissare sempre più le persone alle presunte culture d'origine, ossia verso modalità standard di comportamento e di pensiero (Portera, 2000, p.14).

È da questa "fissità mediale" che vengono molti fraintendimenti. Gli operatori dell'informazione – giornalisti, comunicatori, blogger, videocineoperatori, fotografi, grafici – mostrano di non avere sufficiente coscienza del loro ruolo civile e della spinta conoscitiva che l'informazione porta con sé. I media sono strumenti di formazione culturale, di significazione simbolica, di attivazione di costrutti mentali utilizzati poi per leggere e interpretare la realtà. Da quell'interpretazione possono discendere comportamenti, scelte di interazione, di dialogo o di contrasto, di comprensione o di conflitto con l'Altro.

“Quanto più gli individui occupano posizioni diverse all’interno del sistema sociale sviluppando forti legami tra simili, tanto più si riduce la capacità di comprendere quei soggetti che occupano altre posizioni” (Bentivegna, 2005, p.5). La specializzazione, la diversità culturale, la differenziazione etnica possono produrre – se non governate e comprese – distanza e incomunicabilità fra le persone. I media possono ridefinire l’ambito della territorialità personale, sociale e pubblica entro cui ci muoviamo (Giaccardi, 2005, p.131). Essi estendono il campo di attori sociali e gli spazi per la presentazione del sé individuale di ciascuno di noi. Agiscono sugli scenari dell’interazione simbolica, sull’accesso alle altre culture, sulle condizioni del dialogo.

I mezzi di comunicazione di massa possono – e, per quanto ci riguarda, dovrebbero – favorire quei valori che costituiscono le *basi dell’approccio interculturale* (Portera, 1997, p.213): *educazione ai sentimenti*, con un rapporto armonico fra intelligenza e cuore, tra pensare e sentire; *educazione alla comprensione, all’ascolto e al dialogo* che è importante nella piena formazione e nella crescita della personalità non solo degli educandi ma anche degli adulti; *educazione al pluralismo delle culture*, per arrivare a raggiungere l’autonomia di pensiero, il senso critico, per non restare intrappolati nei propri standard culturali, in preconcetti e categorie fisse di pensiero; *educazione alla legalità*, per conoscere le regole della convivenza civile che vanno accettate e non imposte ma che rappresentano un quadro di certezza giuridica preventiva rispetto al disagio e alla criminalità e foriera di pace e rispetto tra gli esseri umani; *educazione alla pace ma anche al conflitto*, che va gestito in modo positivo e non va negato perché la gestione positiva dei conflitti rappresenta una delle dimensioni essenziali dell’educazione alla pace; *educazione all’amore* che ha il potere di unire senza privare l’Altro della sua dignità, del suo io, perché è amore come energia che va oltre le etnie e le divisioni e non amore geloso e possessivo ripiegato su sé stesso.

Sono questi i valori che i mass media possono veicolare in una società pluralistica, perché essi svolgono una funzione di socializzazione riconosciuta da tutti gli studiosi. I media (Losito, 1994, p.119) propongono conoscenze, opinioni, atteggiamenti, modelli di comportamento, valori che contribuiscono a determinare il vissuto delle persone e il loro orizzonte culturale. Un vissuto e un orizzonte culturale che svolgono un ruolo attivo nel formare e cambiare opinioni, atteggiamenti e comportamen-

ti. Se la rete della relazioni sociali esercita un'influenza importante – come dicevamo sopra – sulle persone, quella stessa rete riceve input importanti sul piano simbolico e dei contenuti dai mezzi di comunicazione. Anche sui media, e sulla comunicazione in genere, si gioca la partita legata alla sfida interculturale, alla gestione dei conflitti, al dialogo.

L'impegno dei giornalisti e dei comunicatori sta anche nell'alzare il livello del "discorso pubblico" che – specie nell'arena televisiva e in quella del Web – mostra deficit di contenuti e di qualità, a prescindere dalle collocazioni politiche di chi parla (Bosetti, 2005, p.17). Il discorso pubblico è tanto più delicato quanto più complessa e pluralista si è fatta la nostra società. Di qui l'esigenza di un sistema mediatico di qualità, fatta di giornalisti, comunicatori, blogger e webmarketer informati e sensibili che nella pratica professionale investano sia in cultura che in sensibilità umana, condizioni queste da ritenersi fondamentali per una comunicazione aperta alla diversità e alla differenza delle culture e delle persone.

2. La Comunicazione interculturale

Nei mass media si confondono spesso i concetti di "multiculturale" e "interculturale". Possiamo definire "multiculturale" una società, una situazione, un dato di fatto. Invece, l'aggettivo "interculturale" richiama alle relazione fra le culture e fra le persone che sono portatrici di culture differenti. Portera (2000, p.12 e segg.), nel chiarire gli aspetti epistemologici della Pedagogia interculturale, spiega che l'intervento educativo, definito del multiculturalismo, parte dalla situazione di fatto, dalla presenza di due o più culture, e mira allo studio delle comunanze e delle differenze: "Da un lato, l'approccio multiculturale ha il merito di educare al rispetto, al riconoscimento dei diritti degli altri diversi da noi. Fra i principali limiti di tale approccio, sicuramente troviamo quello di considerare le culture in maniera rigida e statica. In alcuni casi, si rischia di limitare l'intervento educativo in presentazioni esotiche e folcloristiche che condurrebbero inevitabilmente a fissare sempre più le persone alle presunte culture d'origine, ossia verso modalità standard comportamentali o di pensiero, talvolta superati persino nel Paese di provenienza". Multiculturale è in genere riferito alla presenza, in uno stesso luogo, di culture diverse che non sono necessa-

riamente in relazione tra di loro o che possono anche intrattenere rapporti di conflitto (Garcea, 1996, p.52).

Se trasportiamo le precisazioni di Portera e Garcea nell'ambito delle comunicazioni di massa e dei social media, possiamo considerare l'approccio comunicativo "multiculturale" come la presa d'atto nella società (e quindi nella cronaca giornalistica che la descrive e nella 'fiction' cinematografica e televisiva che la romanza) della presenza di differenti culture. Una "presa d'atto" che tenderà a considerare le culture come statiche, identificabili una volta per tutte, caratterizzate in maniera precisa. Sia nel caso di una rappresentazione che ne metta in luce gli aspetti negativi e "devianti" rispetto alla cultura degli autoctoni, sia nel caso di una rappresentazione che ne sottolinei i lati positivi in sintonia con la cultura degli autoctoni, l'approccio "multiculturale" dei mass media si fermerà alla pura registrazione, alla narrazione stereotipata. In ogni caso, si sottoporrà al rischio di una visione caratterizzata da pregiudizi, siano essi positivi o negativi.

Esempi di una stampa "multiculturale" sono quelli che assegnano periodicamente all'immigrazione uno spazio (sul giornale o nel palinsesto radiofonico e televisivo) per raccontare le particolarità culturali, per offrire informazioni di servizio, per dare spazio alle richieste delle varie associazioni e dei differenti gruppi etnici. È una sorta di "riserva indiana della comunicazione" che tuttavia non cambia l'impostazione generale del notiziario informativo là dove esso si misura in via quotidiana con la presenza di persone di differente etnia e cultura. Siamo di fronte a un'informazione (o a una fiction) che non tenta il dialogo con le culture "altre" presenti nella nostra società; che non induce il lettore a considerare in maniera "interattiva", con un'azione di messa-in-relazione, l'esistenza di una società pluralistica e multiculturale.

Possiamo dire della stampa quello che Garcea (1996, p. 53) dice della società: "Una società multiculturale può fermarsi al riconoscimento di culture diverse, mentre una società interculturale deve anche assicurare il loro rispetto". Le culture diverse non solo hanno il diritto di sopravvivere, ma hanno anche la facoltà di contribuire alla società interculturale con l'apporto specifico della loro ricchezza. Interculturale è dunque una precisa condizione della società multiculturale. "Le società con i loro individui sono multiculturali, se mantengono uno stato di indifferenza o di tolleranza verso le varie culture, mentre diventano

interculturali se stabiliscono rapporti interattivi tra le diverse realtà presenti” (Garcea, cit.).

Sottolinea Portera (2000) che laddove la multi e la pluricultura richiamano a fenomeni di tipo descrittivo, riferendosi alla convivenza, più o meno pacifica, gli uni accanto agli altri, tipo ‘condominio’, di persone provenienti da culture diverse, l’aggiunta del prefisso ‘inter’ presuppone la relazione, l’interazione, lo scambio di due o più elementi. Sono le società ad essere definite come ‘multiculturali’, nel senso che si rileva la presenza di soggetti portatori di usi, costumi, religioni, modalità di pensiero differenti, mentre la strategia d’intervento educativo è di tipo interculturale, nel senso di mettere in contatto, in interazione le differenze. “La Pedagogia interculturale, in tal modo, rifiuta espressamente la staticità e la gerarchizzazione, e può essere intesa nel senso di possibilità di dialogo, di confronto paritetico, senza la costrizione per i soggetti coinvolti di dover rinunciare a priori a parti significative della propria identità” (Portera, 2000, p.16).

Alla luce di queste chiarificazioni semantiche e concettuali, come si caratterizza un rapporto interculturale? Come si definisce la Comunicazione interculturale? Un rapporto interculturale, va ribadito, comporta una inter-relazione e uno scambio tra culture diverse (Garcea, 1996, p.53). L’attenzione deve essere posta sull’io, più che sull’Altro, cioè sulla propria percezione dell’alterità. Nella Comunicazione interculturale l’Altro non viene solo osservato e descritto, ma entra a far parte di un rapporto dinamico di comunicazione: l’Altro viene accettato nella sua differenza. Non è un processo spontaneo, ma anzi un percorso difficile che passa attraverso la presa di coscienza dell’etnocentrismo intrinseco nella nostra prospettiva.

I fattori della comprensione interculturale sono incastonati in questioni complesse, spiega Bennett (2002, p.23): “Di che genere di comunicazione ha bisogno una società pluralistica per essere sia diversificata culturalmente che unificata da finalità comuni? In che modo la comunicazione contribuisce a creare un clima di rispetto, e non solo tolleranza, per la diversità?”. Si chiede Barnlund (2002, p.23), i residenti del “villaggio globale” sapranno essere vicini, capaci di rispettare e utilizzare le loro differenze, o saranno agglomerati di soggetti stranieri che vivono in ghetti dove l’unico elemento di coesione rischia di essere il diffuso senso di antipatia verso coloro che sono fuori dal ghetto uniti solo dalle loro antipatie verso gli altri?

Veniamo allora a una *definizione della Comunicazione interculturale*, dapprima nell'accezione dei maggiori studiosi, per poi allargarla ai mass media. Osserva Bennett (2002, p.31) che "come la comunicazione interpersonale, la Comunicazione interculturale si centra su un'interazione faccia-a-faccia tra esseri umani. Perché avvenga questo tipo di comunicazione ogni interlocutore deve percepire se stesso – o se stessa – percepito dagli altri. Vale a dire, tutti i partecipanti devono vedere se stessi come potenzialmente impegnati nella comunicazione e capaci di dare e ricevere feedback". L'enfasi sull'interazione, avverte Bennett, non significa che l'approccio interculturale trascuri la conoscenza delle specifiche culture, la quale è invece una ricchezza in più: l'importante, va aggiunto, è non ridurre le culture a qualche cosa di statico o, peggio, di folcloristico.

Le relazioni interculturali che si vengono a creare fra persone di differente cultura rappresentano un processo dinamico. Esse coinvolgono diverse visioni del mondo, spesso opposte tra di loro; implicano atteggiamenti di empatia e di sensibilità; richiedono l'abilità di saper interpretare i segnali degli altri; coinvolgono processi di adattamento e di apprendimento; comportano azioni combinate e collaborazione, che producono un risultato totale maggiore della somma dei singoli risultati; si prefiggono di trovare una soluzione integrata; presuppongono la comprensione della controparte per essere funzionali; non rappresentano un compromesso, dal momento che non prevedono perdita o rinuncia di forze attive (Garcea, 1996, p.195).

Nell'orizzonte teorico della Pedagogia interculturale, è importante riflettere su quanto scrive Secco (1996, p.14): "L'individuo che nasce in una realtà ambientale e da essa riceve le impronte culturali non può e non deve ignorare che per quanto utile per l'inserimento sociale, la cultura che egli trova è pur sempre un prodotto dell'uomo, per cui, così com'egli si serve della cultura, la può anche modificare. Se egli vuole essere padrone dei suoi atti e responsabile delle sue scelte, si dovrà mettere in atteggiamento critico di fronte alla cultura di eredità e creativo di fronte a come vorrà costruire i suoi rapporti con gli altri: quelli entro e quelli fuori del suo gruppo.

Volendo dare una definizione della Comunicazione interculturale – vista dalla prospettiva della comunicazione interpersonale – possiamo affermare con Castiglioni (2002, p.9) che essa avviene quando un messaggio prodotto da un membro di una certa cultura è ricevuto, interpretato e compreso da un altro in-

dividuo appartenente a una cultura diversa. La cultura è fortemente responsabile della costruzione delle nostre realtà individuali e delle nostre competenze e soprattutto dei comportamenti comunicativi. Quando competenze e comportamenti tra due interlocutori non condividono una base comune, una stessa cultura di provenienza, l'efficacia della comunicazione viene ridotta o, comunque, diviene più difficile comunicare. *Scopo della Comunicazione interculturale* è proprio quello di analizzare tali difficoltà e di aumentare e facilitare la comunicazione tra culture. Facilitare la comunicazione tra culture, quindi, aumentandone l'efficacia.

Per comprendere l'Altro – soprattutto se si tratta di persona di differente cultura – occorre impegnarsi in uno sforzo comunicativo. Vi è una “fatica interculturale” da affrontare con scienza e coscienza. Soprattutto, è necessario essere consapevoli del fatto che la propria cultura è relativa e sapersi mettere in una posizione di ascolto attento dell'Altro, senza pregiudizi e senza presunzioni, sapendo che la diversità culturale espone a degli equivoci, che l'ascolto si fa più arduo in una realtà complessa, che lo scarto di conoscenza fra gli interlocutori, i differenti contesti valoriali e interpretativi espongono al rischio di un'opacità inevitabile della comunicazione (Sirna Terranova, 1997, p.96). La “fatica interculturale” nella comunicazione viene tuttavia ripagata da una serie inesauribile di apprendimenti che quell'incontro fa scaturire, con un arricchimento sul piano personale a cui si preclude chi resta chiuso nel proprio recinto culturale ed etnico. D'altro canto, la comunicazione si fa impossibile, così come i conflitti diventano irrisolvibili, se non vi è ascolto dell'Altro e disponibilità a rivedere la propria posizione nella relazione con l'alterità (Giaccardi, 2005, p.281).

Nell'*ascolto dell'Altro*, si aprono – come in un'animazione multimediale sullo schermo di un computer – due finestre: il nostro comunicare, denso dei valori, delle credenze, delle competenze linguistiche di cui siamo portatori; il comunicare del nostro interlocutore, a sua volta impregnato di valori, convinzioni e competenze linguistiche. Queste due finestre, di cui dobbiamo essere consapevoli, si collocano in una finestra più grande che è il contesto comunicativo entro cui avviene l'ascolto e lo sforzo della comprensione. Avere consapevolezza di queste relazioni significa compiere un passo in avanti verso quel “dimorare presso l'Altro” (Ricoeur, citato in Giaccardi, 2005,

p.281) che costituisce la conquista di ogni comunicazione autentica, di ogni “mettere in comune” efficace e produttivo.

Quando comunichiamo deduciamo una serie di dati dal contesto entro cui l’evento comunicativo avviene, dal modo in cui la relazione si attua, dallo stile in cui i messaggi vengono codificati e decodificati; in modo tale che interpretiamo quanto gli scambi informativi e comunicativi ci trasmettono sulla base della nostra esperienza culturale e personale (Sirna Terranova, 1997, p.95). Di qui l’importanza di applicare alla comunicazione fra persone di differente cultura quanto Portera (2004, p.182) consiglia di applicare all’educazione in un contesto multiculturale: “La più significativa presa di coscienza consegue dall’aver compreso che il modo migliore per educare in contesto multiculturale si sostanzia sia nel conferire i mezzi atti ad una efficace elaborazione della notevole quantità e varietà di informazioni con cui ci si trova a confrontarsi, sia, soprattutto, nel rendersi conto che per educare nel XXI secolo occorre imparare a gestire contrasti, ambivalenze e conflitti”.

Vi sono alcuni *fattori che favoriscono la comprensione interculturale* (Sirna Terranova, 1997, p.101), utili anche per giornalisti, comunicatori e webmarketer: *il rispetto e la capacità di relazionarsi con persone diverse* sapendo interpretare i loro segnali; *la tolleranza dell’ambiguità; l’astensione dai giudizi* in attesa di spiegazioni; *la capacità di elaborare riflessioni personali*; *la costanza nello sforzo di conoscere* e capire gli altri. Solo così riusciremo a costruire un linguaggio comune – non solo un linguaggio verbale ma un linguaggio inteso in tutte le sue componenti, comprese quelle di tipo analogico e di tipo comportamentale – e a superare pregiudizi, diffidenze e paure reciproche.

Il linguaggio può farsi “veicolo di monoculturalismo, di etnocentrismo e di intolleranza” (Sirna Terranova, 1997, p.96); può spingere verso la sopraffazione e l’emarginazione, impedendo o rendendo ardua la comunicazione. Se utilizzato in un modo utile alla comprensione, il linguaggio ci porterà, d’altro canto, in direzioni più proficue e foriere di soddisfazioni e di risultati. Sarà allora l’approccio interculturale della comunicazione a fare la differenza. L’azione interculturale presuppone di comprendere le compenetrazioni e gli scambi che portano ad avvicinarsi, senza occultare divergenze, conflitti e incomprensioni che possono però essere letti come elementi nella strada del dialogo (Santerini, 2003, p.76). La comprensione è uno sforzo strappato all’individualismo e alla chiusura; ma è anche

una necessità per ogni persona che voglia affrontare la complessità (2003, p.88).

La Comunicazione interculturale (Giaccardi, 2005, p.46) si configura, così, come un *processo bidirezionale di negoziazione* che vede – nell’interazione dialogica – fronteggiarsi interessi diversi. Si tratta di un processo che si modifica e si aggiusta a mano a mano che la comprensione reciproca aumenta. La negoziazione, il dialogo richiedono patteggiamenti e rinunce parziali all’integrità dei singoli punti di vista; a favore di una valorizzazione di tutte le istanze in gioco e del raggiungimento di punti di equilibrio che siano riconosciuti da tutte le parti coinvolte.

Nell’ambito delle *comunicazioni di massa* (ma anche di quelle interpersonali veicolate nel Web 2.0) l’approccio comunicativo multiculturale si configura come la presa d’atto nella società (e quindi nella cronaca giornalistica che la racconta e nella fiction cinematografica e televisiva che la romanza) della presenza di differenti culture. Tale presa d’atto, però, si limita a considerare le culture in modo statico, ben identificate e definite. L’approccio multiculturale dei media è quindi ridotto alla sola registrazione, alla narrazione stereotipata, con il rischio di trasmettere una visione caratterizzata da pregiudizi e distorsioni.

La *stampa multiculturale* assegna periodicamente all’immigrazione uno spazio (sul giornale o nel palinsesto televisivo) per raccontare le particolarità culturali, per offrire notizie di servizio, per programmare rubriche destinate alle varie nazionalità, per dar voce ad associazioni e a gruppi etnici prevedendo nelle redazioni dei giornali, ad esempio, una quota di posti riservati ai cittadini immigrati. Essa si rivela, perciò, un importante elemento di prima accoglienza per i soggetti immigrati e contribuisce a far assumere un atteggiamento di rispetto e tolleranza nei confronti della diversità, evitando di considerare lo “straniero” come problema o minaccia; ma costituisce, tuttavia, un successo parziale, in quanto si limita a registrare e riconoscere le differenti culture senza stimolare al dialogo e all’interazione con esse (Corte, 2002, pp.23 e segg.).

Si dimostra invece più produttivo puntare alla realizzazione di una *Comunicazione interculturale nei media*, la quale si fonda proprio sul “rapporto interculturale”, processo dinamico che comporta atteggiamenti di empatia e sensibilità, adattamento, collaborazione, inter-relazione e scambio fra culture diverse. Garzón (2000) afferma che un giornalista il quale applichi i principi dell’interculturalità non deve trasmettere immagini fal-

se, discriminanti o inappropriate e non deve giudicare valori, credenze e abitudini di chi appartiene ad una diversa cultura, creando situazioni che contribuiscono alla diffusione e al rinforzo di stereotipi.

La *stampa interculturale* può invece promuovere un atteggiamento attivo e rispettoso nei confronti della diversità individuale, gruppale e culturale se favorisce il diritto alla differenza e se crea spazi per il dialogo, la comprensione, la solidarietà, la cooperazione, il confronto e l'interazione tra culture differenti. Il Giornalismo interculturale può inoltre contribuire all'apertura verso il diverso e alla denuncia di situazioni di disuguaglianza e discriminazione; in special modo esso assume il ruolo di un giornalismo d'approfondimento che garantisca "una comprensione piena di fenomeni e contesti estranei alla percezione del lettore" (Barbano, 2003, p.101).

Anche nei media è necessaria, come nell'educazione, una serie di "competenze interculturali" (Portera, a cura di, 2013) che consentano di gestire il rapporto con l'alterità in maniera proficua, generando arricchimento e, nel contempo, crescita personale e sociale.

3. Ostacoli e opportunità della comunicazione in una società pluralistica

I mezzi di comunicazione di massa (radio, Tv, giornali, social media) sono, assieme alla normale comunicazione verbale e scritta, veicoli di trasmissione di pregiudizi e di stereotipi. È quindi importante chiarire cosa sono stereotipi e pregiudizi per neutralizzarne la valenza negativa, senza per questo mettere in atto alcuna pregiudiziale "criminalizzazione" della loro presenza; e chiarendo che accanto agli aspetti cognitivi, vi è anche un aspetto che attiene alla sfera emotiva e che non è meno importante.

Lo stereotipo. Gli stereotipi costituiscono una scorciatoia mentale e una forma di economia del pensiero, tali da far sì che la percezione di un individuo come appartenente a una categoria particolare (per esempio, i giornalisti) permetta una rapida inferenza circa le caratteristiche di quell'individuo e ciò che ci si può aspettare da lui. Il possesso di uno stereotipo relativo a un gruppo di individui implica che i membri di quel gruppo siano percepiti come essenzialmente simili, almeno sotto certi aspetti

(tutti i giornalisti sanno scrivere bene, per restare all'esempio). Gli stereotipi sarebbero allora una conseguenza di quel fenomeno cognitivo che è stato definito "differenziazione categoriale" (Caronia, cit. in Nigris, 1996, p.156).

La "categorizzazione" rappresenta un processo mentale di inclusione, di inserimento dell'oggetto della nostra considerazione in un contesto del quale siamo già in possesso, di cui disponiamo. Il modo con il quale l'oggetto della nostra considerazione viene incluso nella categoria ha come fondamento un paragone, un confronto (Calegari, 1994, p.71). La "differenziazione" è invece, spiega Caronia (in Nigris, 1996, p.156), "quel processo per cui vengono massimizzate o esagerate le differenze tra le categorie e minimizzate o cancellate le differenze all'interno della categoria".

Allport (1973, p.266) afferma che "uno stereotipo è un'opinione esagerata in associazione a una categoria. La sua funzione è quella di giustificare (razionalizzare) la nostra condotta in relazione a quella categoria". Scrive Allport (1973, p.267) che "lo stereotipo non è identico alla categoria; esso è piuttosto una idea fissa che l'accompagna. Ad esempio, la categoria negri può essere conservata nella nostra mente come un concetto indifferente, privo di valutazioni, usato solo per riferirsi ad un ceppo etnico. Lo stereotipo si ha allorché la categoria iniziale si arricchisce di immagini e giudizi sui negri, per cui essi sarebbero amanti della musica, pigri, superstiziosi o che altro ancora".

La "stereotipizzazione" – il determinare la nostra percezione di casi individuali e l'accomodarla all'immagine generale di essi – non è di per sé un fenomeno negativo o positivo. Lo stereotipo può però portare a una distorsione cognitiva, connessa all'ipotesi di un'equivalenza fra il caso singolo e i tratti generali propri alla categoria (Caronia, in Nigris, 1996, p.157). Ma il problema sorge quando si articola un giudizio di valore sui tratti definiti come propri alla categoria e generalizzati a tutti i suoi membri. Mentre gli stereotipi sarebbero forme di generalizzazione in sé neutre, i pregiudizi – di cui trattiamo più avanti – articolano sugli stereotipi dei giudizi di valore. I pregiudizi possono essere positivi, negativi o neutrali; gli stereotipi costituiscono invece la componente cognitiva del pregiudizio e come tali possiamo considerarli "neutrali", liberi quindi da un giudizio di valore.

Gli stereotipi appartengono al nostro bagaglio culturale e sono collegati a percezioni reali e a caratteristiche degli indivi-

dui e dei gruppi che incontriamo realmente nella vita quotidiana (Villano, 2003, p.29). Essi ci sono utili per poter dedurre in modo rapido caratteristiche e comportamenti delle persone con cui interagiamo per valutare se la nostra interazione potrà avere risultati positivi o negativi. “Il processo di inferenza, che porta a prevedere una corrispondenza fra certi tratti delle persone e alcune disposizioni comportamentali o caratteristiche soggettive meno rilevabili, è un mezzo efficace attraverso il quale le persone si orientano nelle interazioni e nei comportamenti da adottare (...). Il problema sorge quando si fanno delle inferenze e si creano delle aspettative in base a un unico tratto distintivo (l'appartenenza etnica o quella di genere) o a impressioni soggettive in realtà inesistenti. Come per il processo di categorizzazione, dunque, anche per quello di inferenza esiste una differenza fra un suo uso ordinario e uno distorto” (Villano, 2003, p.29).

Secondo Kilani (2001, p.357) lo stereotipo è un “prodotto culturale. È l'immagine sintetica che media il nostro rapporto con il reale. Noi percepiamo infatti solo quello che la nostra cultura ha già elaborato per noi: la nostra visione della realtà e la nostra esperienza pratica si formano entro i contesti trasmessi dalla nostra cultura”. Stereotipo e pregiudizio possono allora essere paragonati ai concetti: come questi hanno la pretesa di significare il reale e il modo di organizzarlo. La differenza fondamentale è che gli stereotipi (e i pregiudizi), al contrario dei concetti, resistono all'esame della critica. “Sono un'opinione (o meglio una credenza) senza ragionamento” (Kilani, cit.).

Gli stereotipi aiutano a semplificare le categorie, giustificano l'ostilità, fanno da schemi di proiezione per i nostri conflitti personali. “Essi sono sostenuti, e continuamente vivificati, dalle comunicazioni di massa – romanzi, racconti, trafiletti di giornale, cinematografo, teatro, radio e televisione” (Allport, 1973, p.278). I media svolgono quindi un ruolo importante nella creazione e nella conferma di pregiudizi e stereotipi. Prina (1997, p.2) definisce le categorie generali cui appartengono coloro che oggi sono più frequentemente valutati e descritti ricorrendo a schematizzazioni, e che sono sistematicamente oggetto di stereotipi e pregiudizi: a) chi è straniero, estraneo agli stili di vita o alla cultura dominante; b) chi appartiene a minoranze marginali o deboli economicamente e culturalmente; c) chi presenta limiti di efficienza, è portatore di malattia o disabilità; d) chi offende alcuni sentimenti ritenuti importanti o dotati di particolare forza

simbolica; e) chi intacca beni (materiali o immateriali) dotati di rilevante valore o ritenuti scarsi.

È indubbio, da quanto abbiamo visto, che gli stereotipi (e con loro i pregiudizi) sono sostanziati da due caratteristiche che li strutturano e li determinano: parzialità di visione e rigidità di ragionamento. Quelle parzialità e rigidità che sono proprie, a bene osservare, del *modus operandi* dell'informazione giornalistica. La selezione è la caratteristica di ogni atto comunicativo e il giornalismo è selezione (Sorrentino, 2002, pp.17 e segg.): da una massa sterminata di fatti e da molte diverse visioni e interpretazioni degli stessi, i mass media traggono alcune notizie e una (o poco più d'una) interpretazione. Il giornalismo piegato alle esigenze della "notizia" rifugge il dubbio, il "forse", l'interrogarsi: tant'è che nei titoli le forme dubitative e interrogative sono utilizzate con parsimonia e sono segno di un fare informazione carente, deficitario.

La selezione porta con sé, in modo inevitabile, la semplificazione, la scarnificazione del racconto. Questo accade ancor più con le nuove forme di rappresentazione date dalle notizie in breve sugli schermi al plasma che troviamo negli aeroporti, dalle informazioni-flash che possiamo ricevere sul telefono cellulare, dalle news degli siti web, dai brevi messaggi su Twitter che per esigenze di spazio sintetizzano in poche righe il resoconto di un evento o di un fatto.

Fin qui, la pratica giornalistica. Vi è poi da tener conto della cultura professionale dei giornalisti, del loro grado di consapevolezza civile, della loro sensibilità umana. Le routines produttive dei giornali (e il modo di lavorare degli sceneggiatori della fiction Tv) si muovono lungo linee collaudate, spesso codificate attraverso l'esempio e una "cultura orale" che è propria del fare giornalismo: una cultura orale ancor più incisiva qualche decennio fa, quando le scuole per giornalisti erano poche ed elitarie e non vi erano corsi universitari di Scienze della Comunicazione.

Ebbene, la cultura professionale dei giornalisti è spesso alimentata dalle letture fatte (o non fatte), dalla formazione personale, ma soprattutto da quanto il giornalista ha imparato "andando a bottega", frequentando la redazione, misurandosi con i colleghi più anziani, subendo il fascino e il taglio informativo della televisione, lasciandosi andare all'adrenalina mediale che la professione giornalistica porta con sé quasi come una forma di "dipendenza". Solo in pochi casi la cultura giornalistica è a-

limentata da una visione critica della professione, che mette in discussione *routines* lavorative e prassi consolidate. Occorre tener conto di tutto questo, per poter cogliere a fondo i processi e le ragioni per cui stereotipi, pregiudizi e altre concezioni “rigide e parziali” penetrano nella narrazione giornalistica e nel racconto dei media di massa, influenzando la visione di persone e l’interpretazione di situazioni che sono molto più complesse e articolate di quanto appaiano; e di quanto siano rappresentate.

Il pregiudizio. Quando parliamo di pregiudizio ci riferiamo a quelle convinzioni, a quelle opinioni, a quegli atteggiamenti e comportamenti che sono caratterizzati da una generale inflessibilità, la quale ne è spesso la causa assieme al dogmatismo e a una mentalità ristretta (Bolaffi e altri, 2004, p.238). I pregiudizi possono essere appresi, assimilati o acquisiti nei confronti di un altro gruppo o di altri gruppi; o degli individui che ne fanno parte. Il pregiudizio resiste alla prova dei fatti e in questo si distingue dall’errore ordinario di giudizio: quest’ultimo è infatti caratterizzato da una certa “flessibilità”, in quanto si accompagna a un atteggiamento mentale pronto a correggersi di fronte alla smentita del reale. Non vogliamo colpevolizzare il sorgere e la presenza di pregiudizi, che possiamo rilevare sia nella pubblica opinione (“la voce della gente”), sia nei mass media. I mezzi di comunicazione di massa fanno da “specchio riflettente e ispiratore” dei pregiudizi, in una posizione di ambivalenza informativa per cui da un lato con la loro azione comunicativa introducono il “nuovo” (la “notizia”) nel panorama cognitivo dei lettori; dall’altro fanno da marcatori e da conferma dei pregiudizi.

È importante saper individuare i pregiudizi, averne coscienza e assumere con coraggio una posizione autocritica e demolitrice. L’apertura al dialogo e al confronto, l’onestà intellettuale, l’umiltà del voler conoscere e imparare sono strumenti formidabili di prevenzione e di cura degli atteggiamenti pregiudiziali. Dobbiamo osservare che il pregiudizio non opera al solo livello delle valutazioni. Esso “orienta concretamente le azioni e i comportamenti delle persone, che possono andare dal semplice tenere a mente le informazioni negative su un determinato gruppo, o esprimere le proprie opinioni contro di esso, o prendere realmente parte ad azioni di violenza manifesta contro le persone che appartengono a un particolare gruppo” (Villano, 2003, p.49).

Se lo collochiamo nel contesto immigratorio e delle differenze culturali, possiamo vedere il pregiudizio come un atteggiamento di rifiuto o di ostilità verso una persona appartenente ad un gruppo, semplicemente in quanto appartenente a quel gruppo, e che pertanto si presume in possesso di qualità biasimevoli generalmente attribuite al gruppo medesimo. Mentre il pregiudizio etnico nella vita quotidiana si riferisce di solito alla singola persona, esso contiene nel contempo un giudizio ingiustificato concernente il gruppo a cui quella persona appartiene (Allport, 1973, p.10). Il *pregiudizio etnico* è “un’antipatia basata su una generalizzazione irreversibile e in mala fede. Può essere solo intimamente avvertita o anche dichiarata. Essa può essere diretta a tutto un gruppo come tale, oppure a un individuo in quanto membro di tale gruppo.

Il vero effetto del pregiudizio, così definito, è quello di porre il suo oggetto in una condizione di svantaggio, immeritato sulla base del suo comportamento obiettivo” (Allport, 1973, p.13). Vi è nella posizione che esprime il pregiudizio una resistenza a confrontarsi con la realtà. Allport (1973, p.12) distingue fra gli errori ordinari di giudizio e il pregiudizio vero e proprio: “Se una persona è in grado di rivedere i suoi giudizi errati alla luce di nuove prove, egli è immune da pregiudizi. Un pensiero diventa pregiudizio solo quando resta irreversibile anche alla luce di nuove conoscenze. Un pregiudizio, a differenza di un semplice concetto erroneo, resiste attivamente a qualsiasi prova della realtà”.

Che il pregiudizio rifugga dalla verifica con i fatti, con la realtà, è spiegato anche da Mazzara (1997, p.10), il quale sottolinea che “dal punto di vista etimologico il termine pregiudizio indica un giudizio precedente all’esperienza, vale a dire un giudizio emesso in assenza di dati sufficienti”. In pratica, è un giudizio errato che non si cura di come stiano realmente le cose. Il pregiudizio ha inoltre una *componente emotiva* che ci porta a non confinarlo nella sola area cognitiva dell’individuo. Secondo Allport (1973, p.13) noi tendiamo a liberare forti cariche affettive allorché sentiamo che un nostro pregiudizio è minacciato dal pericolo di contraddizione. “Pertanto la differenza che separa un comune *giudizio errato* dal *pregiudizio* consiste nella possibilità di discutere e rettificare la nostra opinione senza resistenze emotive”. Brown (1995, pp.12 e segg.) osserva che i pregiudizi sono sempre orientati verso individui appartenenti a particolari gruppi. E adotta una definizione più ampia di pregiudizi-

zio, sottolineando “il mantenimento di atteggiamenti sociali o credenze cognitive squalificanti, l’espressione di emozioni negative o la messa in atto di comportamenti ostili o discriminatori nei confronti dei membri di un gruppo per la loro sola appartenenza ad esso”.

Il pregiudizio può portare a comportamenti diversi a seconda dell’intensità con cui è avvertito e praticato (Calegari, 1994, p.36): evitare i contatti o comunque mantenere le distanze con chi è oggetto di pregiudizio, tentando di isolarlo e di indebolirlo; diffamando pubblicamente, screditando l’oggetto del pregiudizio con attacchi verbali allo scopo di offendere; ponendo in essere un’azione discriminatoria (sul lavoro, nel quartiere, a scuola) fino ad arrivare alla segregazione; ricorrendo all’attacco fisico diretto con la violenza individuale e di gruppo.

Questo avviene con la presunzione di tutto conoscere e di essere nel giusto, altro tratto del comportamento pregiudiziale. Il pregiudizio è infatti anche “la non-consapevolezza di non sapere o per lo meno di non saperne abbastanza a proposito di ciò che si sta valutando (...). E non si hanno pregiudizi soltanto nei riguardi di altri individui e di altri gruppi sociali, ma anche di sé stessi, del proprio status e del proprio ruolo (...). Nasce così il pregiudizio autoriflettente (il più insidioso anche se non previsto da alcun elenco) quando una persona adotta come punto di riferimento la fermissima opinione che ha di sé stessa” (Albo-rea-Izzo, 2002, pp.98-99).

Al contrario di chi è affetto da pregiudizio, per chi pratica la tolleranza le differenze di gruppo non sono rilevanti. La persona tollerante tende a non attribuire importanza alle differenze di gruppo; è portata a sospendere il giudizio. La persona affetta da pregiudizio si fa invece prendere dalla fretta di costruirsi un’idea di fronte a ciò che non le risulta familiare. “La tendenza è quella a tipicizzare e a categorizzare le differenze: non solo i tratti fisici, ma anche taluni aspetti della comunicazione non verbale, della comunicazione verbale, delle abitudini personali, di certe particolarità dello status – innato ed acquisito – e, dunque, non solo di tipo etnico o razziale, ma anche di tipo culturale, come, ad esempio, nel caso dell’appartenenza ad un credo religioso, una determinata ideologia” (Calegari, 1994, p.38).

Da evidenziare, dato il ruolo che ricoprono i giornali e gli altri media (di massa e non), come il pregiudizio e le idee pregiudiziali trovino espressione nel linguaggio. Basti pensare alle connotazioni assunte dagli aggettivi e dai sostantivi di naziona-

lità: “albanese”, “marocchino”, “romeno” sono sovente collegati a criminalità, violenza, illegalità; per non dire di “islamico”, termine sul quale si allunga l’ombra nera e inquietante del terrorismo grazie a un insistito accostamento della religione di Maometto alle azioni terroristiche.

Eppure, come osserva Calegari (1994, p.42), “le etichette, gli appellativi, i nomignoli, gli aggettivi qualificativi, hanno sempre carattere di parzialità, si riferiscono ad un unico aspetto – visto negativamente – della cosa o della persona oggetto di pregiudizio”. *L’approccio parziale dei mass media* ci distrae dalla nostra considerazione per l’individuo come globalità; dalla complessità del reale che è composto di tanti aspetti su cui i mass media non si soffermano. Le distorsioni che operiamo con l’atteggiamento pregiudiziale portano ad una spirale di ostilità che si autoalimenta. Chi è oggetto di attacchi pregiudiziali ingiustificati tenderà ad isolarsi e/o a contrattaccare in un’escalation di violenza verbale (e/o fisica) che trova nel pregiudizio le proprie radici velenose.

Compito dei mass media – in un’ottica interculturale – è quello di spezzare la “spirale mediatica” del pregiudizio. Proprio perché così diffusi e così incisivi nell’alimentare conoscenze distorte, i media hanno il dovere di impegnarsi per una comunicazione non pregiudiziale. Dalla comunicazione, va evidenziato, viene la conoscenza perché “non solo il comunicare ma anche il pensare e il conoscere che caratterizzano l’uomo come animale simbolico si costruiscono in linguaggio e con il linguaggio. Il linguaggio non è solo strumento del comunicare ma anche del pensare” (Sartori, 1998, p.6).

In questo compito di trasmissione di conoscenza, il *sistema mediale* può agire come un formidabile “*terapeuta del pregiudizio*” e dello *stereotipo*. Sulla stampa, sulla radio, sulla Tv, sull’informazione veicolata dai social media grava una responsabilità enorme a cui i giornalisti, i blogger e gli operatori dell’informazione e della comunicazione non possono sottrarsi. Essi tutti sono chiamati ad un ruolo di consapevolezza civile del proprio ruolo, di sensibilità sociale, di sintonia con i suoni più delicati e profondi della società pluralistica entro cui siamo calati. Nessuno si può sottrarre – con la scusa di dover solo informare, di doversi solo limitare alla superficie non-responsabile del fare cronaca – ad un compito e ad una responsabilità che accompagnano i mass media sin dal loro nascere. Di qui l’importanza della formazione delle nuove leve del giornalismo e dei

comunicatori; ma anche l'aspetto strategico della formazione di una classe di professionisti dell'informazione che non può più raccontare e testimoniare la società in cui opera con strumenti di lettura vetusti o, peggio, connotati da malafede e omissione.

La razza e il razzismo. Si parla spesso di razzismo e si fanno professioni di estraneità a comportamenti razzisti – anche da parte di persone che di fatto assumono atteggiamenti discriminatori – senza aver chiarito il significato del termine “razza”. Il vocabolo “razza” dà per scontata l'idea che alcuni gruppi di persone possano essere classificati o identificati come “razze” portatrici di caratteristiche immutabili e congenite, responsabili dei loro comportamenti e del loro essere (Bolaffi e altri, 2004, p.262). Vi è nell'idea della “razza” un qualche cosa di immutabile, di antico, di connaturato, di ancestrale, di causale rispetto a quanto viene dopo.

Lo scrittore e cantautore emiliano *Francesco Guccini*, in una canzone-invettiva della seconda metà degli anni settanta del Novecento (“L'Avvelenata”), si rivolge ai suoi critici e detrattori che lo contestano cantando testualmente: “Chiedo tempo, sono della razza mia, per quanto grande sia / il primo che ha studiato”. Qui “razza” identifica l'appartenenza familiare, il ceppo e lo sviluppo di rapporti parentali tenuti assieme da un semplice cognome, che tradizionalmente in Italia è il cognome maschile. Guccini, gratificato con un “Premio Montale” per le sue doti poetiche espresse in musica, usa con sapiente partecipazione autoironica il termine “razza” come l'hanno usato i nonni e i bisnonni degli attuali “padani” (e probabilmente di altre pianure e di altre montagne italiane). Razza sta qui a significare un gruppo coeso e caratterizzato da una storia condivisa; un gruppo “altro” rispetto alle altre e differenti storie familiari e agli altri gruppi, con una caratterizzazione somatica, con valori condivisi, con un senso di appartenenza, con “radici” (per citare il titolo di un'altra canzone del Guccini) comuni e profonde.

Sempre Guccini, in una canzone di fine anni ottanta (“Aemilia”), così si esprime: “Emilia sdraiata fra i campi e sui prati, lagune e piroghe delle terramare, / guerrieri del Nord dai capelli gessati, ne hai visti passare! / Emilia allungata fra l'olmo e il vigneto, voltata a cercare quel mare mancante / e il monte Appennino rivela il segreto e diventa un gigante. / Lungo la strada fra una piazza e un duomo hai messo al mondo questa specie d'uomo: / vero, aperto, finto, strano, chiuso, anarchico, verdiano... brutta razza, l'emiliano!”. Qui la “razza” si fa termine delle

profondità geografiche, etniche, ambientali e culturali, persino caratteriali. Dal ceppo familiare, stavolta Guccini – che incide con la voce il vocabolo “razza” svuotandolo, con la sua solita ironia di cantastorie colto, di ogni riferimento autentico e veritiero – ci porta ad entrare in una connotazione che sconfina nel “gruppo etnico”.

Questo richiamo ad uno dei più colti e geniali cantautori italiani degli ultimi 50 anni vuole testimoniare come il termine “razza” sia stato per decenni impregnato nella lingua e nei dialetti regionali, al di là della retorica nazionale del ventennio di dittatura fascista. E come l’espressione “razza”, nel senso comune popolare raccontato dalle canzoni che rimbalzano con le loro melodie fra milioni di persone, sia stata qualcosa di culturale e di popolare, che è andato (e ancora spesso va) oltre le speculazioni pseudoscientifiche. È stata insomma un “qualcosa di culturale” che ritorna ciclico nel raccontarsi popolare. Il problema è che se è giustificato un uso ironico della parola “razza”, come fa Guccini svuotandone il senso di identità fisica immutabile e di superiorità e inconciliabilità con altre “razze”, non ne è giustificato un utilizzo nei media come se si trattasse di un dato di fatto e di un’espressione veritiera, scientifica.

Si parla di “razzizzazione” (Bolaaffi e altri, 2004, p.262) per indicare l’estensione della valenza razziale, della differenza fra “razze” e della superiorità dell’una sull’altra, ad una relazione, pratica sociale o gruppo non classificabili in precedenza. Vi è in questo processo l’idea che alcuni gruppi possano essere classificati o identificati come “razze” che possiedono caratteristiche intrinseche e immutabili, responsabili delle loro capacità e dei loro comportamenti; a questo si aggiunge la convinzione di una gerarchia delle “razze”, per cui l’una è superiore all’altra; per arrivare alla presunzione secondo la quale le caratteristiche razziali determinano i tratti culturali e una cultura più avanzata è segno di una superiorità razziale. Eppure l’Unesco, attraverso una serie di dichiarazioni nel corso degli anni (dal 1950 al 1976), sulla base di conoscenze genetiche e di analisi antropologiche, ha confutato il concetto biologico di “razza” e le tipologie razziali (Bolaaffi e altri, 2004, p.263). La genetica dimostra che fra due persone dall’eguale colore della pelle e con tratti somatici simili – due “italiani”, ad esempio – vi sono differenze medie molto maggiori che fra due popolazioni differenti e che abitano a migliaia di chilometri di distanza (italiani e giapponesi, per fare un esempio).

“La credenza che è alla base della razza si fonda infatti su un postulato indimostrabile: quello secondo cui vi sarebbe un nesso, un rapporto di determinazione o di causalità tra caratteri somatici, fisici, genetici e caratteri psicologici, intellettivi, culturali, sociali (...). A partire dal biologico – meglio, da un biologico socialmente definito come tale – si pretende di descrivere e classificare ciò che è squisitamente storico e sociale, vale a dire i gruppi umani con le loro tradizioni, le loro culture, le loro lingue, la loro memoria, la loro esistenza storica. In realtà non esistono le razze, ma dei gruppi umani razzizzati. Alla base della costruzione della razza e dell’ideologia razzista vi è uno specifico dispositivo teorico: la naturalizzazione dell’Altro, vale a dire la propensione a tradurre le differenze culturali in termini di differenze naturali, a ridurre a natura il sociale, a trascrivere in chiave naturalistica le caratteristiche in base alle quali determinati individui vengono distinti dal resto della popolazione o addirittura dal resto del genere umano”, per essere discriminati, resi inferiori e in alcuni casi segregati e sterminati (Rivera, 2001, pp.154-155).

La differenza somatica demarca l’alterità in senso negativo, quando parliamo di “razza” e di razziale. Il titolare un articolo che racconta di una partita fra persone con differenti colori della pelle impiegando la frase “Finisce 2-1 la prima partita del torneo multirazziale di calcio”, trasmette al lettore la convinzione di una differenza inconciliabile; di una diversificazione umana che segna in modo indelebile il “nostro” e il “loro”, l’essere di una certa “razza” e l’appartenere a un’altra “razza”. Una diversificazione umana che partendo dai tratti somatici si allarga ad un’inconciliabilità culturale, caratteriale, comportamentale e di abitudini. Proprio la concezione negativa della diversità porta a considerare inferiori taluni gruppi umani, caricando la differenza somatica e “razziale” di connotati che non hanno alcun fondamento nella realtà e nella scienza.

Chiariti gli equivoci legati all’idea di “razza”, possiamo definire il razzismo come il ricondurre il comportamento dell’individuo alla “razza” (al gruppo umano razzializzato) cui esso appartiene e, soprattutto, l’uso politico di alcuni risultati apparentemente scientifici, per indurre alla credenza circa la superiorità di una “razza”, di un gruppo, rispetto ad altri gruppi umani. Si tratta di un uso politico della “diversità”, di un ricorso alla “razzializzazione” e al concetto di superiorità gerarchica con lo scopo di giustificare e consentire atteggiamenti di discrimina-

zione e di persecuzione nei confronti dei gruppi (delle “razze”) ritenuti inferiori (Matteucci, 1990, p.934).

Razzismi possibili. Balbo e Manconi (1990, pp. 91 e segg.) danno una classificazione dei razzismi possibili nella società italiana che possiamo riscontrare nelle cronache dei giornali e della Tv: a) il *razzismo addizionale o da allarme*; b) il *razzismo concorrenziale*; c) il *razzismo culturale*. Il “razzismo addizionale o da allarme” è l’atteggiamento offensivo e/o discriminatorio che nasce dalla sovrapposizione, o addizione, tra una differenza (somatica e/o etnica e/o culturale) e un fattore di allarme sociale. La minaccia sociale può essere reale o – comunque – può essere avvertita come tale da strati di popolazione. In quei gruppi di persone, oltre alla sensazione di un pericolo imminente, si manifesta il bisogno di identificarne la fonte (il responsabile) in qualcuno esterno alla comunità. Tanto più efficacemente e rapidamente funziona tale meccanismo quanto più quel responsabile, vero o presunto che sia, e la categoria o il gruppo di appartenenza, rivelano un tratto di diversità (somatica e/o etnica e/o culturale) che consenta non soltanto il riconoscimento immediato, ma anche l’immediata e preventiva presa di distanza.

Il “razzismo concorrenziale” è l’atteggiamento offensivo e/o discriminatorio che nasce dalla difesa del controllo simbolico e materiale sul territorio e sulle sue risorse. La competizione può concentrarsi, oltre che sui posti di lavoro, sulla disponibilità di servizi (in particolare, l’abitazione e, poi, i mezzi di trasporto, l’assistenza sanitaria, i luoghi di ristorazione); sulla precedenza nella fruizione di essi e sulla ripartizione degli svantaggi determinati dalla loro insufficienza (di numero e di qualità). Quella competizione può nascere dal timore che l’arrivo di stranieri in alcune strutture (quelle scolastiche, ad esempio) possa abbassare gli standard qualitativi delle prestazioni offerte. Si dà inoltre concorrenza laddove si amministrano spazi fisici e sociali, opportunità (di vita, di reddito, di relazione) e beni simbolici che ne derivano.

Il “razzismo culturale o intolleranza etnocentrica” è l’atteggiamento offensivo e/o discriminatorio che nasce dalla difesa della propria cultura, del proprio sistema di valori e del proprio stile di vita e dal rifiuto (o svalutazione) di cultura, valori e stile di vita altrui. È un atteggiamento che può diffondersi più rapidamente a seguito del passaggio da una immigrazione individuale e atomizzata ad una aggregata e articolata per comunità:

comunità che non si mimetizzano ma che affermano una identità etnica (più identità etniche), fatta di cultura e di tradizione, di riti propri e di autonome forme di vita.

Balbo-Manconi (1990, p.80) definiscono poi il “passaggio cruciale” nella diffusione di comportamenti di intolleranza verso altri gruppi etnici e culturali, quando dall’ostilità occasionale (*episodi di razzismo*) si arriva al rifiuto e alla discriminazione sistematici (*situazioni di razzismo*): “Episodi di razzismo sono quegli atti, singoli o collettivi, prodotti da stati contingenti di tensione o da occasionali esplosioni di ostilità contro individui appartenenti ad altre etnie; atti che non presentano elementi di sistematicità, che non si inseriscono in fasi e contesti di diffusa intolleranza, che non richiedono strutture di organizzazione o attori politici che li incentivino e li gestiscano. Situazione di razzismo è quell’insieme di atteggiamenti, atti e strutture – ascrivibili a un gruppo sociale o a un segmento di popolazione e di territorio o a una formazione organizzata – che discrimina individui appartenenti ad altre etnie. Si ha propriamente una situazione di razzismo quando le procedure di discriminazione tendono a stabilizzarsi e a produrre e utilizzare strutture organizzative; e quando intervengono attori intenzionati a tematizzare politicamente la questione”.

“L’ideologia razzista articola elementi teorici e dottrinali con discorsi ‘spontanei’: essa è, per dirlo con una formula, un sistema di rappresentazione che si esprime in pratiche discorsive. Il razzismo tuttavia non è riconducibile all’ideologia: esso è un fatto sociale totale, costituito da una molteplicità di dimensioni – culturale, psicologica, comportamentale, istituzionale, politica, mediatica – che si alimentano vicendevolmente” (Riviera, 2001, p.280).

Il razzismo segue percorsi sovente subdoli, creando un movimento circolare fra il passaparola tra le persone, la convinzione dominante nell’opinione pubblica e i mass media. “Tutti i razzisti che ho incontrato, in Europa e fuori, salvo qualche demente vestito di pelle nera con teschi e tibie, dicono una stessa cosa. Quella stessa frase che anche in Italia risuona con sempre maggiore frequenza da due anni a questa parte ovvero da quando esiste l’immigrazione di massa e il razzismo: io non sono razzista. Anzi, il razzismo non esiste”. (Nirenstein, 1990, p.14). In realtà, scrive Nirenstein (1990, pp. 15-16) il razzismo esiste in tutto il mondo, ed anche da noi. Da quando l’immigrazione si è moltiplicata e diffusa, vari ordini di motivi hanno infiammato

le menti e sono diventati vita quotidiana: basti pensare all'irritazione di chi vede "invaso" il proprio territorio da una torma che scalza le regole tradizionali, scavalca le leggi, infrange le norme del mercato del lavoro, incrementa la criminalità. Si potrebbe pensare che questi sono tutt'al più argomenti per xenofobi (ovvero, per chi rifiuta e disprezza tutto ciò che è straniero e vede nell'estraneo una fonte di paura oltre che un nemico).

Il razzismo è un fenomeno occidentale e moderno, non qualcosa di connaturato alla natura umana (Rivera, 2001, pp.281-282). Va distinto dall'etnocentrismo, termine con cui si indica la tendenza a considerare il proprio gruppo di appartenenza e la propria cultura come i più giusti, i più autentici, i più centrali e paradigmatici. Il razzismo giustifica l'assoggettamento e la discriminazione; ha delle radici storiche e sociali e assume come bersaglio principale i gruppi socialmente e politicamente più deboli o marginali, oppure i gruppi considerati minacciosi per gli interessi di gruppi maggioritari o dominanti.

Nirenstein (1990, p.17), sottolinea che c'è sempre stata dell'innocenza e della confusione mentale nel razzismo: il razzismo è un'ideologia sfuggente e differenziata e da noi non è diverso che altrove. Le sue inconsapevoli radici culturali variano: dall'idea che non sia colpa loro come si sente dire, che i motivi della diversità stiano in un insieme di mutazioni causate dall'ambiente, dalla miseria, dal caldo; alla convinzione (molto più diffusa di quanto non appaia) che il guaio stia nel nocciolo, nell'anima, nella creazione; o anche che si tratti di una situazione che nel tempo potrà evolvere e migliorare. Il razzismo che è sotto i nostri occhi, e che sentiamo dentro, non ha niente a che fare con la malvagia tendenza sociale e politica cui siamo abituati ad associarlo: il fascismo, il totalitarismo, l'autoritarismo. Il razzista odierno non è affatto fascista o criptofascista, categorie che consentirebbero di combattere il problema politicamente: è un razzista democratico.

Il razzismo ha solide radici nei rapporti sociali e nei processi economici e culturali che oggi vanno determinandosi (Rivera, 2001, p.283). È infatti un fenomeno subdolo, difficile da decifrare e proprio per questo insidioso e pericolosissimo. Il "razzista democratico" ama la democrazia con il suo sistema di regole e di diritti, si è costruito da solo il proprio discreto livello professionale ed economico, ha in sé la forza e la volontà per crescere ed espandersi, ha lasciato dietro di sé un mondo che non esiste più e quello con cui si trova a fare i conti è atomizza-

to, discontinuo, “insicuro”. “Non bisogna mai dimenticare che i valori che non hanno formato la base più crudele del razzismo sono rimasti tuttavia alle fondamenta di tutto quanto il razzismo moderno: la pulizia, l’onestà, la serietà morale, il duro lavoro, la vita familiare, cioè gli ideali che nel XIX secolo soppiantarono la frivolezza e il dolce far niente, la gioia di vivere da farfalloni, che vennero attribuiti agli antenati del secolo precedente. La rispettabilità sociale è stata sempre un’alleata fondamentale del razzismo” (Nirenstein, 1990, p.49).

Come osserva Van Dijk (2011), il razzismo trova nei media un canale di diffusione importante, dato che esso non è connotato all’essere umano, ma è appreso. Il razzismo può essere presente nei media in tre modi, soprattutto nell’azione di rappresentazione del gruppo discriminato (Wieviorka, 1997, pp.96-98): “La più evidente di queste rappresentazioni mostra l’individuo o il gruppo vittima del razzismo in termini sprezzanti, li descrive come sporchi, abietti, disprezzabili e inferiori. In questa prospettiva, i media costruiscono l’Altro come un ladro, uno stupratore, un criminale innato, e anche come un individuo ignorante e illetterato, addirittura arretrato (...). I media partecipano alla logica del far sentire inferiori, che è spesso la base del sovrasfruttamento (...). Il razzismo può essere dato dall’assenza o eliminazione, dai media, del gruppo discriminato (...). In questo caso il razzismo prodotto dai media è nella negazione, nel diniego dell’esistenza, o di qualsiasi evento umano (...). Un terzo tipo di razzismo nei media è dato dall’aver reso l’Altro un oggetto estetico. Pertanto egli esiste, è riconosciuto e la sua differenza fisica viene apparentemente valorizzata. Tuttavia, questo viene fatto in termini sospetti, che lo assimilano a un animale, riducendolo a un’essenza, insistendo sui suoi aspetti animaleschi e naturali”.

L’etnia e l’etnicità. Il concetto di “etnicità” si fonda su tre elementi: l’appartenenza a un gruppo, che può dipendere da una scelta interna operata da un certo numero di individui, oppure ad essi imposta dall’esterno e che in ogni caso implica la contrapposizione noi-loro (gli altri); la ricerca dell’identità comune da parte dei membri del gruppo; il riconoscimento da parte degli altri di stereotipi più o meno coerenti comuni ai membri del gruppo stesso (Bolaaffi e altri, 2004, p.133). L’insistere sui concetti di etnicità e di etnia, quest’ultima assimilabile per alcuni alla “razza” tanto da distinguersi soprattutto per i tratti fisici e somatici, rischia di portare ad una visione distorta della diversi-

tà e della convivenza fra gruppi. L'uso insistito dell'aggettivo "etnico", da parte dei mass media, porta a fissare in immutabili e impenetrabili diversità i gruppi umani provenienti dalle varie regioni della Terra. Tanto che "multietnico", sui mass media, sta a significare la convivenza di persone completamente diverse, inconciliabili e unite solo da rapporti di tolleranza e di educazione, come dimostrano le rappresentazioni date dalla stampa della città di Londra all'indomani degli attentati del 7 luglio 2005. È stata la ragione compensatoria e comparativista dell'antropologia a istituire unità etniche laddove v'era (vi è) un continuum socio-culturale (Rivera, 2001, pp.138-139): "L'etnia, come la tribù, è dunque anzitutto una convenzione, una categoria, un modello di percezione e di ordinamento cognitivo, che va a differenziare gli altri – talvolta a stigmatizzarli – e a definire sé stessi, talvolta per autovalorizzarsi. Ma spesso succede che la categoria venga abusivamente deificata cosicché da convenzione si trasforma in dogma. In tal modo le etnie rischiano d'essere naturalizzate al pari delle 'razze', d'essere trasformate da categorie sociali in realtà quasi-naturali".

Come osserva ancora Rivera (2001, pp.139 e segg.) le etnie – gruppi socio-culturali caricati di significati distintivi e reificati sulla base di somiglianze fisiche – e l'etnicità sono investite di cariche affettive ed emotive; e come tali hanno una loro incidenza sulla realtà sociale. Non sono qualcosa di vuoto e di innocuo. Si fanno strumenti, amplificati dai mass media, per leggere e interpretare la realtà, ingessando così la società in un rapporto di estraneità e di inconciliabilità che sono il contrario di un approccio interculturale e relazionale. Non solo: spesso l'etnicità esprime o maschera interessi, rapporti e conflitti di classe dove un certo gruppo ha interesse a mettere o a mantenere in condizioni di svantaggio e di inferiorità un altro gruppo, "etnico" ovviamente. Il richiamo all'etnicità offre un orizzonte simbolico e identitario, e la possibilità di mobilitare anche chi non ha gli stessi interessi della minoranza ricca che vuole sfruttare gli altri: così la massa, pur non avendo particolari privilegi da difendere si sente comunque minacciata da chi è diverso.

Potremmo dire che etnia ed etnicità hanno sostituito in molte persone concetti come "classe, sfruttamento, proletariato, capitalista". Lo scontro, da politico-sociale s'è fatto socio-culturale, in una guerra fra poveri dove il sistema dei media mette in campo l'artiglieria della propria capacità simbolica e di mobilitazione delle coscienze. Come viene spiegato da Bolaffi e altri

(2004, p.134), l'etnicizzazione designa la tendenza a dare improprie spiegazioni o interpretazioni di carattere etnico a tensioni o conflitti di carattere sociale, o comunque di altra natura. Il linguaggio, sovente di stampo militare, dei giornali incrementa quella tendenza avvalorando – come in una profezia che si autoavvera – l'idea di uno scontro di civiltà, di etnie, di sistemi culturali differenti.

I problemi, gli atteggiamenti, le condizioni che abbiamo visto a proposito del razzismo si ripresentano nel momento in cui etnia ed etnicità sostituiscono nel linguaggio corrente termini come “razza” e “razziale”. Gli odii etnici sostituiscono i “razzismi possibili” quando assistiamo ad uno spostamento dello scontro sociale dalla situazione concreta a quella culturale (“etnica” appunto). “Occorre chiedersi se i fenomeni di scontro etnico siano dovuti a fenomeni quali la categorizzazione o la discriminazione sociale. Ci si chiede, cioè, se un gruppo viene tenuto in condizioni di inferiorità a causa della differenza culturale o dell'interesse economico” (Santerini, 2003, p.53).

La “differenza culturale” serve talvolta da copertura delle disuguaglianze sociali, economiche, di stato giuridico. Essa catalizza, anche sui giornali, gli elementi dello scontro sociale e indirizza verso un canale sicuro quelli che potrebbero essere elementi dirompenti per il sistema su cui si regge la società. Il problema è che il binario morto dello scontro etnico può distogliere da altre più pericolose derive gli elementi esplosivi dello scontro fra poveri e ricchi, tra sfruttati e sfruttatori, tra emarginati e privilegiati, ad una sola condizione: che esso permanga entro limiti ristretti, in ambienti controllati. Nel momento in cui quello scontro etnico si allarga e assume connotazioni e dimensioni maggiori, come in una continua escalation, scivoliamo nello “scontro di civiltà”.

Abbiamo visto sopra che i mass media, per la loro particolare prassi comunicativa sia nell'informazione che nella fiction, tendono a cristallizzare le differenze: hanno bisogno di certezze, non potendo accettare i “forse”, i dubbi, gli interrogativi. Nel loro tentare di farsi specchio del reale, sono portati a risolvere le incertezze e a proporre canoni interpretativi che irrigidiscono la visione dei fatti, che forniscono una lettura rassicurante anche là dove vi è tensione, paura. Lo spunto etnico diventa allora quanto mai utile per un giornalismo che ha capito – a livello di cultura redazionale – l'inconsistenza pratica e scientifica di concetti

come la “razza”, il “razziale” e di letture che propongono un’umanità “multirazziale”.

La differenza culturale slitta nella differenza etnica e questa viene assunta dai mezzi di comunicazione come strumento di lettura della società complessa e pluralistica in cui viviamo. Si tratta di una lettura spesso compiacente con il lettore; o, meglio, con una certa idea di lettore che i giornalisti si sono fatti: un lettore-tipo che non è frutto di ricerca, ma del cosiddetto “fiuto-giornalistico”, di una sensibilità e di un accordo con il pubblico che non hanno basi scientifiche né certe. In questo ammiccamento al lettore-tipo, il sistema dei media tiene conto della necessità di semplificazione, di riduzione della complessità e dell’incertezza che il suo “pubblico ideale” chiede. E a quella necessità conforma le sue pratiche lavorative, il taglio informativo dei notiziari, il modo di fare televisione, la scelta dei titoli e la scelta degli argomenti. Una lettura semplificata, e una scrittura sovente superficiale, si accompagnano a testi di difficile comprensione per il lettore medio; e questo lo si deve al taglio “generalista” delle televisioni e dei maggiori giornali italiani.

Una delle scelte informative è quella della “eticizzazione del crimine”: l’associare un atto illegale o un reato ad una caratteristica che si presume etnica. “Branco di romeni violenta ragazza”, “Albanese accoltella a morte un barista”, “Marocchini coinvolti in una rissa” e altre titolazioni del genere infondono nel lettore la convinzione che un certo reato sia connaturato agli appartenenti ad una certa nazionalità, ad una certa “etnia”. Assistiamo anche qui ad uno spostamento da una possibile lettura sociale (il crimine come frutto di emarginazione, di bisogno, di devianza dettati da precise condizioni ambientali) ad una deriva culturale, per cui l’illegalità appartiene ad un gruppo determinato e connotato culturalmente (“eticamente”). Questa posizione spinge il pubblico a credere che “tutti i romeni” sono violentatori di donne, in una generalizzazione la quale si pone come premessa di atteggiamenti pregiudiziali, discriminatori e in prospettiva razzisti.

Locuzioni come “società multietnica” e “società multiculturale” comportano qualche rischio. Se ad una prima lettura si possono leggere come allusioni ad una società dove la diversità culturale è una realtà e come tale è rispettata, in un quadro di pacifica convivenza fra comunità dalle origini differenti, ad una più attenta lettura esse presentano dei difetti. Si tratta di difetti amplificati, quando non indotti, dai mass media nella loro azio-

ne di “cristallizzazione mediale” della realtà. “Chi le pronuncia generalmente immagina che le diverse ‘comunità’ o ‘etnie’ siano entità stabili, definite e definitive, invece che appartenenze mutevoli, in divenire, continuamente sottoposte a contaminazioni e apporti provenienti da culture diverse. In questa visione, inoltre, in genere si pone l’accento più sul problema del mantenimento e della difesa delle differenze culturali che su quello del conseguimento dell’uguaglianza dei diritti e delle opportunità di coloro che appartengono a gruppi non maggioritari” (Rivera, 2001, p.148).

Ecco che la definizione dell’etnia come “gruppo accomunato da determinati caratteri fisici, linguistici e culturali” (Grande dizionario Garzanti della lingua italiana) mostra tutti i limiti di una concezione statica. Quei “determinati caratteri” sono caratteri mutevoli, soggetti a cambiamento con il tempo, con gli incontri, con le migrazioni, con la comunicazione. I concetti di “razza” e di “etnia”, se non si tiene presente la loro mutevolezza e l’essere essi portati a cambiamento, rischiano di assumere i caratteri della rigidità e dell’immutabilità, portandoci fuori strada.

L’identità. “Tutti noi, in termini antropologici, costituiamo un complesso identitario. Ogni identificazione si costruisce entro un sistema di relazioni, che può essere una famiglia, un villaggio, una regione, una città, un Paese internazionalmente conosciuto o l’insieme di questi sistemi relazionali. Ci si identifica in una rete di appartenenza o nell’appartenenza mitica che rimanda a una comunità religiosa, a una comunità nazionale, a una comunità di qualsiasi genere o tipo” (Gallissot, 2001, p.189). Come per l’etnia, anche per l’identità vi è rischio di fraintendimenti e di una concezione e visione statiche, storicamente determinate, immutabili. Invece, l’identità è un processo, cambia mantenendo delle costanti, muta ed evolve, si arricchisce dall’incontro e dal dialogo.

I concetti di identità personale e di identità socio-culturale “includono le caratteristiche della processualità e consentono al soggetto di avvalersi di nuovi apporti in un cammino che va sempre verso nuovi traguardi. È chiaro che l’intelligenza ha un ruolo rioritario negli apprendimenti e ciò comporta, nel nostro problema, che l’interazione tra singoli come tra gruppi, ha senso quando apporta nuove conoscenze, le quali sono possibili nella misura in cui si riesce a capire effettivamente l’Altro ed entrare nella sua mente per rendersi conto com’egli pensa e perché agisce in un certo modo. Tale fatto cognitivo è una sorta di pensie-

ro migrante che va nella mente dell'Altro e poi torna alla propria arricchito" (Secco, 1996, pp.15-16).

Rispetto a una visione statica e anchilosata, quando si parla di identità è più opportuno ricorrere a un concetto di identità decentrata, ambivalente, contraddittoria, dipendente dal contesto e de-essenzializzata rispetto al passato (Bolaffi e altri, 2004, p.160). Come osserva Santerini (2003, p.46) il concetto di identità adottato dall'educazione interculturale è quello relazionale, in cui l'identità si costruisce di continuo entro gli scambi sociali, evitando chiusure imposte dal di fuori e stigmatizzazioni. Il senso di identità si sviluppa in relazione all'Altro, al rapporto che instaura. Questo tipo di relazioni è di conseguenza molteplice; mentre le identità si pongono in modo plurale, con una moltiplicazione cosciente delle appartenenze. "L'identità di ognuno di noi è variabile, plurale, multidimensionale, non riducibile, come oggi si tende a fare, alla sola identità etnica, religiosa o nazionale. Proprio perché essa è un fenomeno relazionale e dinamico, piuttosto che di identità occorrerebbe parlare di processo e di strategie identitarie" (Gallissot, 2001, p.189).

Sirna Terranova (1997, pp.44-45) illustra le diverse identità. L'identità etnico-culturale rappresenta, nel suo costituirsi, un momento centrale della crescita di una persona e indica il suo radicamento in un particolare humus sociale, da cui trarre le prime caratteristiche e i primi riferimenti essenziali: quell'identità rappresenta il substrato a cui si resta in qualche modo sempre collegati, le radici che convivono con noi e che di noi lasciano tracce nella storia e nell'esperienza di vita successiva. L'identità personale è più complessa e articolata; è multidimensionale e composita e rimanda, oltre che alla cultura originaria, anche alle molte appartenenze ideali, religiose, politiche, concettuali scelte dal soggetto: appartenenze che aiutano la persona a definirsi come autonoma, creativa e capace di progettualità. Possiamo qui parlare di "dialettica delle appartenenze" (Sirna Terranova, 1997, p.45).

Diventa allora più chiaro quanto affermano Albarea-Izzo (2002, p.105) nel sottolineare cosa l'identità non è: "L'identità dell'io, nella sua persistenza nel tempo, non è l'identicità, ossia il rimanere identici o bloccati nello sviluppo personale nonostante le esperienze, le scelte alternative e le correzioni di percorso. L'identità non è neppure l'essenza (nucleo imm modificabile e congenito) della personalità. Non si nasce nomadi o stabili per natura. Concorrono bensì alla formazione dell'identità (trat-

to basilare della personalità) l'avvicinarsi dei gruppi e dei ruoli con cui la persona deve confrontarsi”.

All'identità contribuisce l'educazione che, sottolinea Portera (2004, p.188), “si colloca al centro dello sviluppo sia della persona sia della comunità. Il suo compito è di consentire a ciascuno di mettere a frutto pienamente i propri talenti e di schiudere le proprie potenzialità creative, tenendo anche conto dell'ambiente fisico e geografico circostante. In una società complessa il soggetto necessita inizialmente di conoscere sé stesso, per poi potersi dischiudere e stabilire rapporti appropriati con gli altri. L'educazione, in questo senso, potrebbe essere considerata come un viaggio interiore, le cui tappe corrispondono a quelle di una continua maturazione della personalità, ad una ricerca della forma migliore di vita, non solo propria ma anche per chi vive accanto”.

La formazione dell'identità in un contesto multiculturale – segnatamente in una situazione di migrazione – è stata studiata da Portera che nelle conclusioni della sua ricerca (1997, p.224) rileva come uno dei rischi dei giovani migranti sia quello di “divenire stranieri persino a sé stessi; di non riuscire a rendersi conto e ad esprimere liberamente il proprio pensiero, i propri valori, gli standard culturali interiorizzati”. La risposta non può che essere, osserva Portera, quella dell'accettazione della diversità, dell'alterità, da parte degli educatori: “Solo in questo modo, tali giovani potranno essere messi in grado di portare alla luce i propri tesori sommersi (l'arricchimento che scaturisce dalla conoscenza di più lingue, di più modalità comportamentali, di più strategie di soluzione dei problemi) e metterli a disposizione per l'arricchimento e la crescita personale e collettiva” (1997, pp.224-225).

La cultura. Il significato del termine “cultura” è duplice: da un lato, esso indica il patrimonio formativo e informativo dell'individuo; dall'altro si riferisce all'insieme dei modi di vita, valori e cognizioni, propri di un certo gruppo sociale e trasmessi da una generazione all'altra (Bolaffi e altri, 2004, p.96). “L'uomo tende a non riflettere sulla propria cultura poiché essa è talmente parte di sé che egli la dà per scontata. Solo confrontandosi con sensibilità, credenze e abitudini diverse ci si accorge di condividere certe idee e usanze con un determinato gruppo. (...) È solo dal confronto con altre comunità, quindi, che scaturisce la consapevolezza delle differenze o delle somiglianze culturali” (Ember-Ember, 2004, p.25).

In una situazione sociale complessa e articolata, la cultura non è un qualche cosa di dato per sempre. “L’iscrizione a una identità culturale da parte di un’altra serve a identificare e separare il ‘noi’ dal ‘loro’. Esso mostra che la cultura, come l’etnicità, non esiste in quanto struttura, ma come uno ‘stato d’animo’, un fatto della coscienza che organizza le differenze e le eterogeneità fra le società, e fra gli individui e i gruppi sociali all’interno di una società. Ciò equivale a dire che le culture non riflettono un’unità reale, ma esprimono uno stile di vita, un insieme di simboli condivisi dagli individui che ne fanno parte, simboli ai quali però essi non danno necessariamente il medesimo contenuto e neppure la stessa interpretazione. (...) La cultura è anzitutto un oggetto intellettuale, il prodotto di una rappresentazione, che può essere quella del gruppo che si auto-describe, quella che distingue il ‘noi’ dal ‘loro’, oppure quella dell’antropologo che studia un certo gruppo” (Kilani, 2001, p.29).

Perché gli operatori dell’informazione non riescono a cogliere la dinamicità della cultura? Proprio loro, che hanno visto mutare – con l’informatica, la telematica, la multimedialità e i social network – la cultura professionale a cui hanno sempre fatto riferimento. Come sottolinea Rivera, da tempo è stata abbandonata dagli antropologi “la concezione delle culture – quelle degli altri in particolare – come universi più o meno separati, chiusi e incomunicabili, dotati di compattezza e stabilità; la riduzione delle culture altre a folklore oppure alla sola sfera del religioso e/o del magico; la rigida identificazione fra individui e cultura di appartenenza; l’insistenza sulla cultura come dato originario, patrimonio ancestrale, ‘radici’, quindi quasi come una seconda natura” (2001, p.77).

È bene evitare una mitizzazione della cultura, una sua reificazione. Vi è il rischio – come per l’identità bloccata – di alzare steccati che rendono impossibile il dialogo e quindi l’approccio interculturale. È la persona che fa la cultura e contribuisce al suo processo di evoluzione e cambiamento. Sono i giornalisti e gli editori che hanno cambiato il modo di fare i giornali. Sono stati i giornalisti ad accettare di essere confinati dietro la scrivania, nel recinto mediale del desk. Spetta ai giornalisti uscire sulla strada, tornare ad essere protagonisti della loro cultura professionale e quindi ancora capaci di cogliere i nuovi fondali e i nuovi orizzonti della società pluralistica.

La spinta al cambiamento culturale viene infatti dalla comunicazione, dal rapporto con gli altri, dall'opera degli insegnanti e dall'azione dei media. Tanto che maggiore risulta il cambiamento nelle culture quanto più rapidi e vasti sono i contatti che esse hanno con altre realtà culturali. La rapidità con cui un'innovazione si diffonde dipende dalle modalità con cui una società trasmette le proprie idee e i comportamenti (Ember-Ember, 2004, p.331). Se in una società vi sono molti "maestri" e molti leader in grado di influenzare un gran numero di persone in un lasso di tempo relativamente breve, le innovazioni si diffondono in modo assai rapido; e questo è quanto accade nella nostra società.

Fa notare Baraldi (2003, p.34) che "le forme culturali nascono nella comunicazione e in seguito diventano orientamenti della comunicazione, grazie a una sedimentazione che dà loro stabilità e continuità, cioè che le rende disponibili per essere come prodotti della comunicazione, i quali, avendo successo, diventano in seguito orientamenti per la riproduzione della comunicazione". Le innovazioni, il cambiamento, la processualità di una cultura sono i segnali di una vivacità intellettuale, di una volontà di ricerca e di scoperta.

Viviamo in un contesto internazionale caratterizzato dallo scambio, dal confronto inevitabile, dalla comunicazione che penetra in tutti gli anfratti della nostra esistenza. Secco (1996, p.11) osserva che "nel passato si poté vivere in un relativo isolamento per secoli (cultura endemica); oggi, invece, esiste una interconnessione sempre maggiore e sempre più veloce fra tutti i popoli della terra (cultura epidemica). Gli uomini, vivendo in un mondo in continua trasformazione, non possono più trovare nella tradizione, nell'eredità fornita dalla loro cultura, il modo di impiego della vita. Il senso del mondo non è più dato, ma è costruito in progetti che si danno gli individui e i gruppi".

"La formazione delle conoscenze è effettuata da uomini storico sociali: in determinate condizioni di vita, entro situazioni differenziate, funzionalmente a differenti pratiche sociali, per intenti diversi, perseguendo diverse utilità. (...) Quindi né relativismo, né determinismo gnoseologico, bensì un atteggiamento mentale e scientifico che ritiene la verità come un limite solo approssimabile dalla mente umana e dalle singole culture e mai totalmente attingibile" (Alimenti, 1991, p.95).

Il *modus operandi del sistema mediale* contemporaneo porta la lettura della realtà in un senso opposto a quello indicato da

Alimenti. La rigidità e la parzialità di visione, proprie delle routines giornalistiche, non ammettono sfumature. Per questo, l'accettazione acritica di un certo modo di fare giornalismo conduce verso la chiusura di fronte a una realtà complessa, articolata, come quella contemporanea. Alimenti (1991, p.96) mette in rilievo che "accettare la lezione odierna della storia comporta la consapevolezza che ogni individuo e ogni cultura sono condizionati dall'ottica del proprio posizionamento e la possibilità di progettare un futuro di piena convivenza è correlabile alla disponibilità esistenziale ed intellettuale della nostra tradizione di pensiero di coniugarsi con il pensiero e la tradizione dell'Altro. Le categorizzazioni noi/gli altri, civili/barbari, non appaiono capaci di accogliere la novità che bussa alle porte delle nostre città con l'arrivo di soggetti socializzati in contesti culturali diversi dal nostro. Le rigidità monoculturali debbono essere sostituite dalle prospettive di convivenza che si traducono in un progetto di società che sappia contenere e Noi e l'Altro".

Un pensiero inter-trans-culturale (Pinto Minerva, 2005, p.23) è un pensiero che contrasta e rifugge l'uniformità, la chiusura culturale, il conformismo che stanno alla base della massificazione, dell'omologazione: "Riconoscere legittimità a tutte le differenze, ricercare e valorizzare polifonie e policromie, costruire – insieme – nuovi codici, apprendere a dire con codici 'non propri' sono operazioni concettuali che consentono di sperimentare percorsi nuovi, all'insegna della compresenza di categorie concettuali diverse, di adattamenti e prestiti, di trasformazioni, mescolando oralità e scrittura, parola e gesto, lingua e linguaggi, arte e scienza. Il pensiero gerarchico, autocentrato e assiomatico, infatti, si mette fuori gioco attraverso la pratica di una molteplicità di lingue e di linguaggi capace di riformulare e ricomporre modelli interpretativi rigidi e monoculturali (...). La difesa della propria identità e della propria autonomia intellettuale passa attraverso la capacità di contrastare i meccanismi della dipendenza e dell'omologazione, nella direzione di un comune progetto di liberazione dalle vecchie e nuove forme di discriminazione e di esclusione".

Nella rigidità e nell'omologazione vi sono delle contraddizioni. Proprio chi pensa di vivere in un fortino culturale stabilito e consolidato; proprio chi si batte per mantenere quel fortino culturale, per restaurarlo o per allargarne l'influenza nega, già con la sua azione, che la cultura sia qualcosa di rigido e dato per sempre. Vi è una teoria "essenzialista" (in Baumann, 2003,

pp.89 e segg.) che considera le culture nazionali, le culture etniche e quelle religiose come se fossero oggetti finiti. Si pensa che le loro caratteristiche siano state elaborate nel corso di lunghi processi storici e si ritiene che ora influenzino, fino a plasmarle, le azioni e i pensieri di tutti coloro che vi appartengono e che in quelle culture si riconoscono. “Questa visione essenzialista della cultura può essere inutile per qualsiasi tipo di futuro multiculturale o anche per una sua analisi: essa trasforma infatti i bambini in fotocopie culturali e gli adulti in drogati culturali. E l’errore è il medesimo in entrambi i casi: essa trascura il fatto che noi tutti viviamo in più di una cultura” (Baumann, 2003, p.90).

Oltre al discorso culturale essenzialista, spiega Baumann (2003, p.101) vi è però anche un discorso culturale “processuale”. Il primo serve alla reificazione delle cultura; l’altro discorso al “rifacimento processuale” della cultura, voluto da tutti coloro che si vogliono liberare dagli stereotipi del discorso reificante. “La cultura, quindi, non è una sorta di bagaglio ben legato e confezionato che appartiene a un gruppo nazionale, etnico o religioso, né una specie di improvvisazione senza radici e regole. La cultura è due cose allo stesso tempo, cioè una costruzione esplorativa duale. È una ‘ri’-costruzione conservativa di un’essenza reificata in un dato momento, e la nuova costruzione esplorativa di una azione processuale al momento successivo. Essa oscilla tra questi due poli, e sta proprio qui la complessità e la bellezza dialettica del concetto” (Baumann, 2003, p.101).

L’imporre una certa visione dell’informazione, un certo modo di approcciare i fatti, un meccanismo di lettura stereotipata e pregiudiziale della società porta a negare quello che il giornalismo e la comunicazione sono: processi, azioni caratterizzate da dinamicità, da evoluzioni e cambiamenti. Il giornalismo e la comunicazione cambiano come cambia la società, come cambia la cultura, come cambiano e si decentrano le identità. Sulla capacità di decentrarsi, sulla pratica dell’empatia, sull’attenzione ad un reale mutevole si gioca la possibilità per i mass media di essere testimoni e fedeli narratori di una società pluralistica.

CAPITOLO III

MASS MEDIA E IMMIGRAZIONE IN ITALIA

SOMMARIO: 1. I migranti nell'agenzia di stampa Ansa – 2. Immigrazione e asilo nei media italiani – 3. Media e minoranze: gli studi della Carta di Roma

*E fu lavoro e sangue e fu fatica uguale mattina e sera,
per anni da prigionio, di birra e di puttane, di giorni duri,
di negri ed irlandesi, polacchi ed italiani nella miniera,
sudore d'antracite in Pennsylvania, Arkansas,
Texas, Missouri.*

F. Guccini, Amerigo, 1978

L'immagine dell'immigrazione rappresentata dal sistema dei mezzi di comunicazione di massa è stata oggetto di numerose ricerche. Fra le analisi italiane, svolte negli Anni Novanta del Novecento, meritano di essere ricordati i lavori di Mansoubi (1990), Grossi-Belluati-Viglono (1995) e Lodigiani (1996), più volte citati da Corte (2002) nel corso dell'indagine su come l'agenzia di stampa Ansa presenta il fenomeno immigratorio. Negli ultimi anni, e molto approfondite su tutta la "filiera dell'informazione", vi sono state le ricerche condotte dal Censis, dall'Università La Sapienza di Roma e dall'Osservatorio su "media e minoranze" dell'Associazione Carta di Roma, che racchiude una rete di centri di analisi dei media di vari atenei italiani. Fra questi centri universitari vi è anche il gruppo di analisi interculturale dei media ProsMedia, che afferisce al Centro Studi Interculturali dell'Università degli Studi di Verona (www.prosmedia.org) e che prosegue dal 2008 la ricerca iniziata da Corte (cit.) nel 1998.

Trattando del tema "media e immigrazione", Sibhatu (2004, p.26), in una sua lettura critica dei media italiani, osserva come "la maggior parte dei mezzi d'informazione, indirettamente contribuisce a fomentare la paura dello sconosciuto, sia

mediante il contenuto dei messaggi che veicola, sia attraverso il linguaggio e il metodo scelto per dare le notizie”. Nei media l’immigrato è il grande assente. Poche le interviste che danno voce ai cittadini stranieri; tanti invece i commenti espressi a caldo (dopo un fatto di cronaca importante), le interpretazioni superficiali, le “tesi” sul fenomeno immigrazione.

I temi trattati dalla maggior parte dei media italiani riguardano gli aspetti problematici dei migranti e del loro comportamento. Si parla dei migranti quando sono coinvolti in azioni illegali o comunque criminose; mentre si racconta poco la loro vita quotidiana, chi sono, da che cosa fuggono, quali aspettative hanno, da quali culture provengono. Eppure, come sottolinea Sibathu, “nel momento in cui si evidenzia soprattutto l’aspetto peggiore di un complesso fenomeno come l’immigrazione si rischia di deformare il presente e rovinare il futuro impedendo lo scambio pacifico fra culture che ogni individuo porta con sé come tesoro del suo passato” (2004, p.27).

Data la vastità di ricerche sul tema “media e migranti”, diamo qui di seguito le risultanze solo di alcuni studi compiuti dal 2002 al 2011 sul tema, per poi passare nelle pagine successive al primo rapporto dell’Osservatorio sulla Carta di Roma (dicembre 2013) e alle ricerche condotte dal gruppo ProsMedia. Si tratta di ricerche che hanno una validità scientifica e che sono utili per orientare giornalisti e comunicatori – pur nel lento mutare della sensibilità giornalistica verso i migranti – anche in virtù dell’introduzione della Carta di Roma (giugno 2008) nell’alveo della deontologia dei giornalisti italiani.

1. I migranti nell’agenzia di stampa Ansa. *Centro Studi Interculturali dell’Università di Verona*

Nell’analizzare l’informazione dell’agenzia Ansa sugli immigrati, Corte (“Stranieri e mass media”, 2002) arriva a una serie di conclusioni: l’attenzione del sistema dei mass media è concentrata quasi esclusivamente sui cittadini immigrati irregolari (i clandestini o coloro che comunque non sono in regola con i permessi di soggiorno), sui loro *comportamenti illegali* (ingresso irregolare in Italia o fatti delittuosi) e si esprime soprattutto attraverso *brevi notizie di cronaca*, senza concedere spazio all’approfondimento (servizi o inchieste).

Va anche notato che nel fornire un'informazione orientata soprattutto verso i cosiddetti "clandestini", gli irregolari, le fasce povere dell'emigrazione e i soggetti devianti, l'Ansa – la maggiore delle agenzie italiane, fonte d'informazione per i media italiani – in molti dispacci presenta i più poveri fra i poveri, i più devianti fra i devianti, accrescendo la connotazione negativa del fenomeno.

L'informazione dell'Ansa sugli immigrati *non fa mai parlare i diretti interessati*, si occupa in modo molto limitato dei loro problemi, quasi mai della cultura, dell'ambiente di vita e delle richieste dei soggetti della migrazione (irregolari o regolari che siano), tanto che poco sappiamo dai giornali italiani di quella parte di cittadini che sono di origine straniera. La cultura, le abilità ma anche i problemi di inserimento e di accoglienza – visti dalla parte della persona immigrata – non vengono trattati dall'Ansa.

Quando la *figura dell'immigrato emerge in modo positivo*, è perché si tratta di un soggetto che risponde alle *necessità dell'economia italiana*; di un soggetto funzionale agli interessi degli autoctoni. Sono inoltre rare, nei dispacci analizzati, le reazioni dei cittadini nei confronti dell'immigrazione, intesa sia come risorsa che come problema. La *voce degli autoctoni* non trova spazio sull'Ansa (e sui giornali) e quando lo trova è solo in risposta ad eventi legati all'illegalità o comunque all'insicurezza. Le *relazioni fra autoctoni e immigrati*, i problemi di convivenza e interazione, di accoglienza e di integrazione fra culture non sono considerati degni di attenzione, "non fanno notizia", a meno che non siano richiamate da fatti di cronaca nera.

Sul "valore economico" dell'immigrato, sono le associazioni imprenditoriali a sottolineare quanto bisogno vi sia di manodopera straniera, e quanto l'inserimento lavorativo si debba accompagnare a servizi (alloggi soprattutto) e accoglienza. Ancora una volta, è la voce di chi ha già voce a mettere in evidenza l'importanza dei soggetti immigrati per l'economia italiana; la stampa si limita a registrare quelle dichiarazioni o i dati economici forniti a corredo.

L'informazione dell'Ansa sui cittadini immigrati non considera il dialogo e l'accoglienza meritevoli di attenzione: si occupa di immigrazione soprattutto quando i protagonisti delle notizie sono soggetti irregolari. L'attenzione verso i soggetti immigrati irregolari sale, poi, quando vi sono da registrare fatti di cronaca nera, sbarchi di persone e ingressi illegali in Italia. So-

no gli sbarchi dei soggetti irregolari (i cosiddetti “clandestini”) a far scattare quella che i giornali (e l’Ansa) definiscono “*l’emergenza immigrazione*”; ed è il numero di dispacci sugli sbarchi e quelli di cronaca nera (relativi ai soggetti clandestini) a crescere e a calare in diretta proporzione con il numero dei dispacci diffusi dall’Ansa.

L’immigrazione acquista evidenza sulla stampa italiana solo quando si fa emergenza, o come tale viene percepita e rappresentata. Se non costituisce un problema, una minaccia, un pericolo di invasione, un attentato alla nostra sicurezza, un fenomeno ritagliato sull’illegalità oppure legato a fatti tragici, l’immigrazione è passata sotto silenzio. Il comportamento dei mass media italiani ci riporta alla tendenza al sensazionalismo, alla spettacolarizzazione e alla drammatizzazione dell’informazione propria di certo giornalismo. Si tratta di scelte editoriali e politiche che puntano ad avere maggior presa sul pubblico, sia perché tendono a intrattenere – con la loro componente di spettacolo che avvicina radio, Tv, giornali e siti Web più a teatrini che a mezzi di comunicazione di massa adulti – sia perché meglio influenzano un pubblico che non ha una conoscenza diretta degli avvenimenti.

Emergono dai dispacci dell’agenzia Ansa, *più figure di persona immigrata*. Quando i dispacci di agenzia (e i giornali) si occupano della figura del singolo soggetto immigrato, l’atteggiamento dei media si muove in una sola direzione: se vive con la sua famiglia una nostra città, va a lavorare in fabbrica o nei campi, se non crea problemi e non viola le leggi, allora può meritare di stare dentro il “nostro territorio”. Di quella persona immigrata non conosciamo la cultura, l’identità, non sappiamo chi sia, ma sappiamo piuttosto che può essere utile. La persona immigrata fa tenerezza quando ha le sembianze di un bambino, di un vecchio, di una donna incinta, o quando è morto.

L’Altro è insomma estraneo, diverso, non meritevole di attenzione, di conoscenza, di accoglienza e di dialogo interculturale; non ha niente di buono, di positivo da portare con sé; è spesso una minaccia alla nostra sicurezza; ha caratteristiche che possono portarci a compiangerlo; ha spesso i connotati della delinquenza; e quando è vittima dello sfruttamento economico di cittadini autoctoni senza scrupoli non viene quasi mai messo nelle condizioni di dare voce alla sua protesta.

È vero che nella lettura critica dei dispacci le varie fasi della ricerca segnalano un primo abbandono di alcuni stereotipi,

salvo alcune espressioni o immagini stereotipate di ritorno. Non vi è comunque, accanto a un lessico più rispettoso, un'altrettanta evoluzione verso una diversa selezione delle notizie; così come manca un lavoro di scavo e di inchiesta. L'agenda-setting e il newsmaking applicati all'immigrazione mostrano ancora un impianto antiquato rispetto a una società pluralistica e complessa.

L'immigrazione nei media: il punto sui nodi critici. L'immagine dell'immigrazione emergente da tutte le ricerche condotte fino all'anno 2006 (data di pubblicazione della prima edizione di "Comunicazione e giornalismo interculturale") è che essa è vista come un problema; la si associa a illegalità, devianza, criminalità o comunque a disagio sociale sia per i protagonisti dei fatti raccontati (i soggetti immigrati, trattati come vittime o come autori di atti), sia per i cittadini italiani (costretti a "subire" le conseguenze dell'immigrazione).

Le *fonti* che trattano dell'immigrazione, che producono quindi fatti "notiziabili", sono soprattutto quelle *istituzionali*: forze dell'ordine, magistratura e, quando si tratta di esprimere commenti, classe politica. Gli elementi, le occasioni che rendono gli immigrati soggetti meritevoli di essere rappresentati sulle pagine dei giornali, nei notiziari radiofonici, in Tv o sui siti Web informativi sono gli "sbarchi dei (cosiddetti) clandestini", le azioni delittuose, i problemi sociali (immigrazione, inserimento sociale difficoltoso, abitazione), talvolta il lavoro; quasi sempre situazioni, fatti, eventi e casi che creano problemi alla collettività. Se il soggetto immigrato non è un problema – possiamo affermare sulla base delle ricerche – non è "notiziabile", non interessa ai giornali.

L'immagine del *singolo soggetto immigrato* che i mass media forniscono ai lettori è quella dell'irregolare, del clandestino, del criminale, causa di insicurezza, ansia, tensione e conflitto. Molto spesso è di sesso maschile; e talvolta è una vittima, ma comunque una vittima che dà problemi. Leggendo le pagine di cronaca nera dei quotidiani italiani, specie dei giornali locali, il messaggio veicolato ai lettori è che "senza l'immigrazione staremmo meglio e saremmo più sicuri".

Il taglio giornalistico dato all'informazione sui cittadini stranieri che vivono in Italia è soprattutto quello delle brevi notizie e degli articoli di cronaca. I cittadini immigrati sono "confinati dentro il ghetto della cronaca", per usare un'espressione della ricerca del Censis (2002). La cronaca si applica a qualcosa

di straordinario, di originale, che esce dalla normalità delle cose: qualcosa di “extra”. Siamo di fronte proprio a una “Extra-communication”, a una comunicazione extra-ordinaria sugli “extra-comunitari”, per citare il titolo di una ricerca del 2003 a cura del Dipartimento di Sociologia e Comunicazione dell’Università La Sapienza di Roma. I media offrono notizie e articoli senza scavo, senza approfondimento, senza problematizzazione, senza inchiesta, senza indagine, insomma senza ciò che fa del giornalismo una delle professioni più nobili e affascinanti.

“L’inchiesta è una forma nobile del giornalismo”, osserva Papuzzi (2003, p.53). “Il termine mutuato dal lessico giudiziario rivela l’intenzione di andare oltre le fonti ordinarie”. Sempre Papuzzi (2003, p.55) chiarisce che l’inchiesta conoscitiva informa sulla società e la cultura del tempo in cui viviamo; affronta e indaga fenomeni sociali, cambiamenti economici, modelli culturali, problemi politici. Il giornale diventa così strumento per arricchirsi culturalmente, per l’integrazione sociale e per le battaglie civili a favore della comunità cui si rivolge. Le notizie e gli articoli sull’immigrazione nascono, si alimentano di particolari e sono scritti soprattutto al “desk”, alla scrivania del giornalista, nel chiuso della redazione, alla stretta dipendenza delle fonti (carabinieri e polizia soprattutto, come s’è visto); fonti dalle quali i giornali mutuano il linguaggio.

Il *linguaggio* con cui sono rappresentati l’immigrazione e i suoi protagonisti porta con sé il lessico dell’estraneità: extracomunitario, straniero, immigrato; oppure “albanese”, “romeno”, “marocchino”, “nomade” (quest’ultima espressione peraltro riferita di fatto a Rom e Sinti e a persone, di fatto, stanziali). Si tratta di un linguaggio il quale definisce la persona che “viene da fuori” e continua a restare fuori della comunità. All’estraneità viene associata l’aggressività, la criminalità, l’illegalità, l’irregolarità, caratteristiche – anche queste – che sono fuori da qualche cosa (dalla calma, dall’ordinario, dalla legge, dalle regole). Quando l’estraneo è una vittima, entra in campo il linguaggio della compassione, della lacrima, dell’intenerimento temporaneo.

Che fisionomia ha l’immigrato-non cittadino? Nei media italiani *lo “straniero” è afono*, senza voce o (quando va bene) con una voce flebile. Non viene mai intervistato, ascoltato; non ha quasi mai diritto di parola o di scrittura, pur in presenza di un giornalismo che ricorre sempre più alla narrazione e alle dichiarazioni – messe fra virgolette – dei protagonisti dei fatti. “Un

genere che, a differenza dell'inchiesta, si sta sempre più sviluppando sui giornali italiani è l'intervista, il caso più eclatante in cui la notizia è fatta direttamente dal giornalista" (Sorice, 1995, p.81). Mentre Lepri (1991, pp.51-52) spiega che "un'intervista seria presuppone un rapporto fiduciario tra intervistatore e intervistato; il risultato sarà tanto più valido quanto più l'intervistatore saprà di poter contare sull'onestà del giornalista nel riportare fedelmente le parole dette per la pubblicazione e nel non riportare quelle dette con preghiera di usarle soltanto per maggiore conoscenza dei fatti".

Dalle affermazioni di Sorice e di Lepri dobbiamo dedurre che l'immigrazione viene esclusa da una pratica giornalistica (l'intervista) che è sempre più frequente; che i giornalisti non ritengono si possa "fare notizia" ascoltando la voce dei cittadini stranieri; che non vi è un rapporto fiduciario fra soggetti immigrati e giornalisti, con una scarsa o nulla fiducia di questi ultimi, più portati a prediligere le fonti ufficiali (molto spesso senza citarle). È un dato di fatto che l'uso del "virgolettato" – le citazioni di frasi altrui – si è sempre più andato diffondendo sui giornali italiani, al di là della cornice dell'intervista. È una forma di de-responsabilizzazione del giornalista, che spesso titola articoli di cronaca nera o di cronaca politica attribuendo ad altri affermazioni che il lettore meno attento e abituato a notare le virgolette può pensare siano espressione di un dato di fatto (una notizia vera di per sé) o di una posizione del giornale che sta leggendo. La "deresponsabilizzazione" del giornalista non funziona in quel modo quando oggetto delle notizie e degli articoli sono le persone immigrate; allora tutto diventa oggettivo e la fonte ufficiale (le forze dell'ordine, visto che spesso si tratta di notizie di reati o atti illegali) o quella istituzionale vengono trattate come fonti veritiere.

Senza voce e senza diritto di parola, l'immigrazione sembra non avere neppure una cultura meritevole di essere narrata, se si escludono i casi considerati "curiosi" o le occasioni in cui pratiche diverse (la macellazione degli animali fatta da persone di religione musulmana) sono viste con sospetto o denunciate come fuori della norma. I *cittadini immigrati* sono spesso rappresentati come un *blocco unico* (o vari blocchi nazionali, a volte impropriamente definiti "etnici"), in cui non vi è spazio per le culture, le religioni, le diverse pratiche di vita. Tant'è che l'opinione pubblica sovrastima la loro presenza e li crede soprattutto "clandestini".

Eppure Lepri (1991, p.32) avverte i giornalisti: “Un sistema di democrazia pluralistica possiede, per fortuna, meccanismi capaci (seppure non sempre in tempi brevi) di rivelare le omissioni e di smascherare le invenzioni e le manipolazioni. La ricerca, quindi, di una informazione quanto più possibile completa, imparziale e veritiera non è soltanto una questione di principio, ma un modo per salvaguardare la propria immagine professionale e l'autorità e il prestigio della testata dove si lavora. Prima o dopo ci si avvede di chi è un giornalista serio e di chi non lo è; di chi è un giornalista militante, lottizzato, raccontaballe e di chi è, invece, un giornalista che dà credito alla professionalità e la pratica con rigore e con scrupolo. Ecco una definizione di professionalità: la prevalenza delle analisi serie sulle posizioni precostituite, delle ipotesi sulle tesi, dello spirito critico sulla logica degli schieramenti. E un'altra definizione del giornalismo: un servizio teso, con umiltà, al cittadino”.

2. Immigrazione e asilo nei media italiani. *Università degli Studi di Roma – La Sapienza*

Una gigantografia, quella dell'immigrazione e della presenza straniera in Italia, appiattita sulla dimensione dell'emergenza, della sicurezza e di una visione “naturalmente” problematica del fenomeno. Questa in sintesi una delle maggiori evidenze emerse dalla “Ricerca nazionale su immigrazione e asilo nei media italiani”. La ricerca, pubblicata nel dicembre 2009, sotto la direzione di Mario Morcellini dell'Università La Sapienza di Roma, è stata coordinata da Marco Binotto, Marco Bruno e Valeria Lai, con l'apporto di una serie di ricercatori e nel solco di una tradizione pluriennale di analisi della rappresentazione dell'immigrazione nei media italiani. Il lavoro di ricerca ha mirato a ricostruire i principali meccanismi rappresentativi del fenomeno migratorio e del tema dell'asilo nei mass-media italiani, in particolare nell'informazione. I risultati si dipanano lungo tre temi, che cercano di rispondere alle tre domande che hanno ispirato l'indagine. Qual è *l'immagine dell'immigrazione* fornita dai mezzi di informazione? Quali *interpretazioni, temi e argomenti* concorrono alla rappresentazione del fenomeno migratorio e a definire contorni del dibattito pubblico sul tema? Qual è il *linguaggio* utilizzato per descrivere i protagonisti dei fatti di cronaca e, a questo riguardo, esistono situa-

zioni di parziale osservanza delle indicazioni deontologiche da parte del giornalismo italiano?

Ecco, di seguito, quanto scrivono gli autori nella sintesi iniziale del ponderoso lavoro di indagine. La ricerca conferma i risultati delle rilevazioni svolte in Italia dalla fine degli Anni Ottanta del Novecento. L'immagine dell'immigrazione fornita dai mezzi d'informazione appare come congelata. Appare sempre ancorata alle stesse modalità, alle stesse notizie, agli stessi stili narrativi e, in qualche caso, agli stessi tic e stereotipi. Le notizie di cronaca nera o giudiziaria sono ancora maggioritarie nella trattazione dei quotidiani raggiungendo quasi il 60% nelle edizioni dei telegiornali, un livello mai rilevato in passato.

Intanto una "buona notizia" – proseguono gli autori della ricerca – è costituita dal numero di notizie che hanno come protagonisti persone straniere che appaiono meno dominanti di quello che ci può aspettare costituendo comunque un dato molto ampio e superiore al numero di residenti stranieri sul suolo italiano. Tratti maggiormente preoccupanti vengono dall'analisi del ritratto delle persone di origine straniera che emerge dai news media. Per oltre i tre quarti delle volte (76,2%), persone straniere sono presenti nei telegiornali come autrici o vittime di reati.

Emerge però una ricorrente *diversità di trattamento* sulla base della *nazionalità dei protagonisti delle notizie*. Ad esempio, le persone straniere compaiono nei news media, quando protagoniste di fatti criminali, più facilmente di quelle italiane (59,7% contro il 46,3% nei tg, 42,9% vs. 35,7% nella stampa). Un'altra possibile fonte di distorsione è presente nella tipologia di crimini che vengono rappresentati dalla cronaca. Se in generale si assiste a una sovra-rappresentazione di alcuni reati, come quelli contro la persona, nel periodo di rilevazione le persone straniere compaiono più frequentemente di quelle italiane quando sono responsabili o vittime di fatti particolarmente brutali, come: la violenza sessuale (più del triplo, 24,1% contro 7,2%), le lesioni personali (più del doppio 24,1% contro 10,9%), il sequestro (17,0% vs. 4,4%) o il furto (11,3% vs. 8,7%).

Il *ritratto delle persone straniere* immortalato dai media – osservano gli autori della ricerca del 2009 – si può, quindi, così riassumere: è spesso un criminale, è maschio (quasi all'80%) e la sua personalità è schiacciata sul solo dettaglio della nazionalità o della provenienza "etnica" (presente spesso nel titolo delle notizie). Quest'ultima caratteristica costituisce anche il legame

esplicitamente riferito dalla testata per spiegare gli avvenimenti e collegarli con altri: l'appartenenza a un gruppo etnico o la nazionalità dei protagonisti viene ricondotta al fatto narrato in quasi due casi su dieci (18,6%) e l'immigrazione in poco più di una notizia su dieci (11,5).

L'immigrazione viene raramente trattata come tema da approfondire e, anche quando ciò avviene, è accomunata alla *dimensione della criminalità e della sicurezza*: ad esempio, sul totale di 5684 servizi di telegiornale andati in onda nel periodo di rilevazione, solo 26 servizi affrontano l'immigrazione senza legarla, al contempo, a un fatto di cronaca o al tema della sicurezza. In pratica, solo in questi servizi si affrontano tutte le altre possibili dimensioni (economia, confronto culturale, integrazione, solidarietà sociale etc.) con cui potrebbe essere declinata l'immagine del fenomeno migratorio. La congiunzione e sovrapposizione delle due dimensioni (fenomeno migratorio e sicurezza) appare il paradigma interpretativo privilegiato dai media nei loro racconti delle attuali dinamiche in atto nel contesto italiano.

Non solo il singolo fatto di cronaca viene ricondotto all'immigrazione in quanto tale, ma tutto il recente interesse intorno al *tema sicurezza* sembra ruotare intorno alla presenza – vista sempre in termini emergenziali e straordinari – di persone provenienti da luoghi diversi. Guardando alle caratteristiche del dibattito che si sviluppa nei media sul fenomeno migratorio e sull'asilo, un dato evidente è la netta sproporzione fra la presenza di esponenti politici e quella di altri soggetti interessati al dibattito, quali i rappresentanti delle forze dell'ordine, della magistratura o, soprattutto, delle comunità straniere. Una presenza, quella dei politici, talvolta quasi totale e totalizzante, che sposta l'attenzione più sul dibattito ideologico fra gli schieramenti che sul reale contenuto dei provvedimenti.

Il *racconto sui migranti* – osservano ancora gli autori della ricerca – appare costantemente in bilico tra il dovere di cronaca e il rispetto della privacy. Si assiste alla tendenza di diffusione di informazioni e di immagini lesive della dignità delle persone coinvolte, direttamente o meno, in fatti di cronaca soprattutto quando i protagonisti sono migranti. Il comportamento dei due mezzi di informazione analizzati non appare omogeneo: sono i telegiornali a rappresentare più spesso immagini di migranti coinvolti in fatti di cronaca, mentre i quotidiani danno più spazio a informazioni su vittime e congiunti senza disdegnare i mi-

nori. Su tutto domina l'etichetta di "clandestinità" che, prima di ogni altro termine, definisce l'immigrazione in quanto tale. Rom e rumeni sono il gruppo etnico e la nazionalità più frequentemente citati nei titoli di tg. Nei titoli dei quotidiani le questioni relative all'immigrazione sembrano persino più vincolate alla condizione giuridica dell'immigrato e agli episodi di cronaca nera. Le parole, dunque, contribuiscono a tematizzare la presenza degli immigrati in Italia con un riferimento forte alla minaccia costituita dalle persone straniere alla sicurezza degli italiani.

3. Media e minoranze: gli studi della Carta di Roma

Vediamo di seguito la sintesi del primo studio condotto per l'Associazione Carta di Roma dalla rete universitaria dei centri di ricerca, a cui partecipa anche il gruppo di analisi interculturale dei media, ProsMedia. L'impegno dell'Associazione Carta di Roma e della rete di centri universitari è di pubblicare ogni anno un rapporto sul tema "media e minoranze": non solo la rappresentazione nei media dei migranti, quindi, ma anche dei gruppi minoritari (pensiamo ai Rom e ai Sinti), spesso discriminati. Il primo rapporto annuale è stato pubblicato nel dicembre 2013 ed è a disposizione nella sua edizione integrale sul sito Web dell'Associazione Carta di Roma: www.cartadiroma.org.

Nel 2012 – si afferma nel rapporto intitolato "Notizie fuori dal ghetto" – crescono in maniera significativa, rispetto ai precedenti studi, le notizie sull'immigrazione e l'asilo legate alla società; in particolare quelle che riguardano le questioni demografiche, il lavoro, l'economia e anche l'istruzione. Nelle prime pagine dei principali quotidiani italiani diminuisce quindi il peso della cronaca, quando si parla di immigrazione, e della cronaca nera in particolare che continua invece a incidere molto solo nei quotidiani locali dove raggiunge percentuali alte (50% di tutte le notizie relative alla migrazione e all'asilo sul Corriere del Veneto, Giornale di Sicilia, Il Messaggero, Resto del Carlino, Gazzetta del Mezzogiorno, il 60% in quest'ultima testata). Sulle prime pagine dei quotidiani – prosegue il rapporto dell'associazione Carta di Roma – si discute più di cambiamenti sociali relativi alla presenza di migranti, richiedenti asilo e rifugiati in Italia e quindi anche nel dibattito politico diventa prevalente la discussione sullo ius soli.

I figli di immigrati conquistano un protagonismo attivo e positivo nelle news televisive. Nel 2012 nei media italiani trovano spazio le storie dei figli di immigrati analizzate anche dall'informazione televisiva attraverso storie o appelli di persone o gruppi di associazioni (L'Italia sono anch'io) e il racconto delle difficoltà che i ragazzi e le ragazze figli di immigrati devono affrontare quotidianamente. In generale i servizi televisivi analizzati (Rai e Mediaset) si concentrano sulla biografia dei ragazzi, che legittima le loro richieste e li accomuna ai coetanei autoctoni. I figli di immigrati riescono così a conquistare un ruolo da protagonisti nelle notizie ed escono dalla trattazione passiva di destinatari d'iniziative di solidarietà.

L'icona mediale dello sbarco. Il flusso migratorio in Italia è ancora legato, nei giornali, all'icona mediale dello sbarco. Ancora prima della tragedia di Lampedusa (3 ottobre 2013, dove hanno perso la vita 366 persone) i flussi migratori sono raccontati dai media quasi esclusivamente dal fenomeno degli "sbarchi" a cui, oltre ai dati generali, il rapporto dedica un capitolo ad hoc che ripercorre la trattazione giornalistica dall'epoca dell'emergenza Nord Africa ad oggi. Il tema degli sbarchi di migranti si configura infatti come un'autentica icona mediale dell'intero fenomeno migratorio in cui la questione specifica dei richiedenti asilo emerge solo in maniera evidente con gli ultimi drammatici episodi del 2013 e non prima.

Come osserva il rapporto dell'Associazione Carta di Roma, permane l'etnicizzazione delle notizie ma si parla anche di più di casi di razzismo. Nel 32% del totale delle notizie analizzate vengono indicate una (o più) nazionalità in prima pagina. La pratica di fare riferimento a nazionalità specifiche riguarda in particolare il 59% delle notizie di cronaca nera. La cronaca, come in parte anche alcune notizie relative alla società, rimangono marcatamente "etnicizzate". L'appartenenza nazionale, o alla comunità di origine, fornisce l'unica spiegazione e chiave di lettura dei fatti e dei dati riportati sui quotidiani.

L'immigrazione nei media italiani non è donna. Delle notizie prese a campione il 53% – evidenzia il rapporto dell'Associazione Carta di Roma – riguarda prevalentemente uomini, il 30% i due generi in maniera equilibrata e solo il 17% prevalentemente donne. Si può parlare di una rappresentazione minoritaria delle donne, passivizzata, poco presente in alcuni argomenti (legislazione, società) e confinata in altri (cronaca nera, riferimenti culturali). Questa considerazione forse potrebbe essere

estesa alla rappresentazione delle donne nel loro complesso nel contesto dei media italiani, ma sembra enfatizzata ed estremizzata nel caso delle donne migranti.

Se per l'immagine della migrazione e dell'asilo in generale si sono potuti rilevare segnali positivi dalla carta stampata di una maggior apertura a temi diversi da quelli della cronaca nera, le donne migranti nell'informazione televisiva sembrano ancora relegate nella cronaca nera quando si parla di prostituzione e tratta o di violenze contro le donne, oppure confinate nella cura quando si parla di lavoro. In generale le immagini delle donne immigrate sono spesso rappresentate dal velo, eletto a simbolo che connota in particolare la donna musulmana e in generale la donna straniera.

Stigmatizzante l'informazione su Rom e Sinti. Due ricerche pubblicate da Naga e Associazione 21 Luglio nel 2013, di cui il rapporto dell'Associazione Carta di Roma riporta una sintesi, rilevano invece una rappresentazione ancora fortemente critica della minoranza Rom e Sinti nei principali quotidiani nazionali e locali. Linguaggio scorretto, con l'uso massivo dei termini "zingari" e "nomadi", e una etnicizzazione dei reati che finisce per colpevolizzare e stigmatizzare l'intera comunità per fatti criminosi che coinvolgono singoli individui. A volte accade che la semplice e casuale prossimità tra il luogo dell'evento narrato e il luogo in cui vivono i rom li renda i primi sospettati del reato in oggetto.

Hate Speech, ovvero i discorsi dell'odio. Nel rapporto dell'Associazione Carta di Roma si parla anche dei "discorsi di odio" e dell'attenzione dovuta dai media. L'Unione forense per i diritti umani (Ufdt) e l'Associazione studi giuridici sull'immigrazione (Asgi) hanno curato una rassegna dell'inquadramento giuridico internazionale e italiano e della giurisprudenza sull'*hate speech*, per cui più volte l'Italia è stata richiamata ad una maggiore vigilanza e azione per contrastarne la diffusione anche attraverso i media. Il Comitato per l'eliminazione della discriminazione razziale (Cerd) ha sottolineato che il fondamentale diritto alla libertà di espressione non deve sottrarsi ai principi di uguaglianza e di non discriminazione in quanto l'esercizio del diritto della libertà di espressione porta con sé responsabilità speciali, tra cui l'obbligo di non diffondere idee di odio o sulla superiorità "razziale".

CAPITOLO IV

MASS MEDIA E DIVERSITÀ CULTURALE LE RICERCHE DEL CENTRO PROSMEDIA

SOMMARIO: 1. I media e l'immigrazione – 2. Uomini che odiano le donne: femminicidi e nazionalità dei protagonisti – 3. La strada dei pregiudizi: incidenti stradali e guidatori stranieri

*Poi un certo giorno timbra tutto un avvenire
od una guerra spacca come una sassata.
Ma ho visto a volte che anche un topo sa ruggire
ed anche un'aquila precipitata.*

F. Guccini, Van Loon, 1987

ProsMedia, costituitosi nel 2008, è il gruppo di analisi interculturale dei media del Centro Studi Interculturali dell'Università degli Studi di Verona. ProsMedia, in quanto gruppo specializzato del Centro Studi Interculturali, partecipa all'attività di analisi dell'Osservatorio nazionale su “media e minoranze” dell'Associazione Carta di Roma. Il gruppo di ProsMedia è specializzato in analisi dei media (stampa, tv, radio, web), in Comunicazione interculturale applicata ai media e in Giornalismo interculturale e multimedialità. Vi sono poi sezioni del gruppo che si occupano di giornalismo investigativo e del tema “crime, justice and the media”; e di comunicazione digitale e digital marketing con attenzione anche alla comunicazione internazionale delle imprese e delle organizzazioni.

Vediamo di seguito alcune ricerche condotte di recente da ProsMedia (www.prosmedia.org): l'analisi più recente dell'agenzia di informazioni Ansa, di cui il gruppo si occupa in modo continuativo nell'ambito della Carta di Roma; lo studio del 2012 sul “Caso Lampedusa” condotto per conto dell'Unhcr (l'Alto commissariato dell'Onu per i rifugiati); gli studi condotti da Cristina Martini sul tema dei “femminicidi” e sul tema degli in-

cidenti stradali collegati alla figura dello “straniero” e del “diverso”. Come le ricerche illustrate nel precedente capitolo, anche questi studi concorrono a tracciare il percorso teorico e pratico verso un giornalismo che sia interculturale, all’altezza della sfida che la società ci pone come comunicatori, blogger, giornalisti e operatori dell’informazione.

1. I media e l’immigrazione – di Maurizio Corte, Elena Guerra, Nina Kapel, Cristina Martini, Simonetta Pedron

Nel 2011, dopo lo studio portato avanti da Corte nel periodo 1998-2002 (Corte, 2002) e dopo alcuni anni di monitoraggio dell’agenzia Ansa, si è deciso, come ProsMedia, di condurre una nuova ricerca in consonanza con le attività dell’Osservatorio dell’Associazione Carta di Roma, il quale si propone di monitorare e studiare la rappresentazione del fenomeno migratorio nei media italiani, osservando le immagini dei migranti, dei richiedenti asilo e delle minoranze proposte all’opinione pubblica.

La “prima pagina” dell’Ansa – distribuita ogni giorno ai giornali abbonati, nelle due edizioni delle ore 19 e delle ore 21 – rappresenta la “vetrina” dove vengono evidenziati i fatti più importanti del giorno. L’analisi del contenuto della prima pagina dell’Ansa è pertanto lo strumento per rilevare quali notizie l’agenzia diffonde ai giornalisti; e per registrare l’immagine che viene data dei fatti di cronaca e dell’immigrazione, nonché per comprendere quali ripercussioni e influenze l’agenzia Ansa può esercitare sui principali quotidiani e notiziari.

La ricerca è mirata a ricostruire l’agenda dell’Ansa nel periodo dall’1 gennaio al 31 dicembre, rivolgendo l’attenzione all’individuazione delle notizie rilevanti nelle aree tematiche dell’immigrazione, della sicurezza e della cronaca nera e giudiziaria. L’indagine si è focalizzata sulla prima pagina dell’Ansa distribuita alle testate giornalistiche ogni giorno alle ore 21. Data come “popolazione” le prime pagine dell’Ansa da gennaio a dicembre, il campione è stato organizzato prendendo in considerazione le prime pagine dei primi quindici giorni di ogni mese dell’anno 2011, dei primi sette giorni di ogni mese del 2012 e dei primi quindici giorni di ogni mese del 2013. Possiamo quindi dire che le unità di analisi sono le prime pagine dell’Ansa; e che il campione oggetto della ricerca di ProsMedia costituisce il

50% (nel 2012, il 25%) di tutto l'universo di riferimento per l'anno considerato.

La *metodologia* utilizzata per la ricerca è quella dell'analisi del contenuto come inchiesta. Lo strumento impiegato è una scheda di analisi messa a punto in origine nell'ambito dell'Osservatorio sulla Carta di Roma e adattata, nella ricerca che qui ci interessa, alle specifiche caratteristiche del notiziario di agenzia. Nel questionario che compone la scheda di rilevazione, inoltre, è stata introdotta la possibilità, in alcuni casi, di risposte multiple alle domande per poter meglio cogliere i contenuti del notiziario: ecco, allora, che in più casi il totale delle percentuali è superiore a 100.

Gli argomenti delle notizie. Nella ricerca sull'anno 2011, che useremo come base di partenza per il confronto con gli anni 2012 e 2013, le notizie considerate rilevanti rispetto ai fini dell'analisi – relative a sicurezza, immigrazione, fatto di cronaca nera o giudiziaria con protagonisti persone italiane o non identificate, e fatto di cronaca nera o giudiziaria con protagonisti persone straniere – sono state 435, pari al 26,1% del totale delle notizie pubblicate sulla prima pagina dell'Ansa; sono state 174 (23,4%) nel 2012 e sono state 344 (22,2%) nel 2013. Questo significa che circa un quarto del notiziario di prima pagina dell'Ansa appartiene all'ambito sicurezza/immigrazione/cronaca nera e giudiziaria. Possiamo così trarre una *prima conclusione*: i fatti che afferiscono agli ambiti della *sicurezza*, dell'*immigrazione* e della *cronaca nera e giudiziaria* hanno sull'Ansa – e di riverbero sui media italiani – un *alto indice di notiziabilità*. Troviamo, in questo, una conferma della massiccia presenza di cronaca nera e giudiziaria sulla stampa italiana.

Se guardiamo poi ai *protagonisti delle notizie di cronaca*, nel 2011 il 68,4% delle notizie (95,9% nel 2012 e 90,1% nel 2013) ha come protagoniste persone italiane o non identificate, mentre il 18,2% delle notizie (16% nel 2012 e 25% nel 2013) ha come protagoniste persone straniere. Questo significa che le persone di origine straniera, nel notiziario di prima pagina dell'Ansa, sono sovra-rappresentate: sappiamo, infatti, che i cittadini stranieri in Italia, secondo i dati 2011 del Dossier Caritas-Migrantes, incidono per il 7,5% sulla popolazione totale, anche se va detto che si tratta soprattutto di popolazione attiva, che lavora e che quindi può essere più coinvolta in fatti di cronaca. Nondimeno, la sproporzione fra italiani e cittadini immigrati rappresentati è evidente. Possiamo così trarre una *seconda con-*

clusione: vi è una *sovra-rappresentazione delle persone di origine straniera* nella prima pagina dell'Ansa e quindi i giornalisti italiani (e i lettori) sono indotti a pensare che lo “*straniero*” *faccia più notizia*. Quest'ultima considerazione ci porta, di conseguenza, a porre il problema se l'essere “*straniero*” sia diventato uno dei criteri di notiziabilità. Di sicuro, possiamo rilevare – lo si veda più avanti dallo studio di Cristina Martini sui femminicidi e sugli incidenti stradali – come l'essere straniero o comunque “*diverso*” culturalmente (i Rom e i sinti, ad esempio) modifichi il frame interpretativo e la narrazione di uno stesso fatto.

Quanto ai *temi trattati*, nel 2011 l'11,6% delle notizie di prima pagina dell'Ansa riguarda il tema immigrazione (1,1% nel 2012 e 6,3% nel 2013); e l'1,6% la sicurezza (nel 2012 nessuna notizia e lo 0,8% nel 2013). La “sicurezza”, con le paure che essa evoca, non è stata quindi fra i temi centrali del dibattito politico e quindi dell'informazione. L'immigrazione nel 2011 ha fatto notizia solo in casi particolari (si veda il “caso Lampedusa”, in concomitanza con la guerra in Libia, nel periodo febbraio-aprile 2011); nel 2012 è scesa a livelli minimi, per risalire poi in modo prepotente nel 2013. Possiamo così trarre una *terza conclusione*: *l'immigrazione diventa notizia* quando è legata a *situazioni di emergenza* (sbarchi di migranti o di richiedenti asilo, fatti di cronaca nera che richiamano il tema della presenza di cittadini stranieri), mentre la *sicurezza* diventa notizia quando è tematizzata *nel dibattito politico*, con il rischio di piegarla quindi a interessi e visioni di parte, anziché a un approfondimento per approntare soluzioni efficaci. È, quella sull'immigrazione legata all'emergenza, una conclusione che conferma uno degli esiti della ricerca di Corte (2002) sull'agenzia Ansa. Non solo: l'andamento del tema immigrazione nei tre anni dimostra come l'immigrazione divenga notizia quando, oltre all'emergenza, vi sia una classe politica attiva nel portare l'argomento al centro del dibattito. Abbiamo infatti, come evidenziato sopra, l'11,6% di notizie legate all'immigrazione nel 2011 con il governo Berlusconi e gli accordi tra Libia e Italia, l'1,1% nel 2012 con il governo tecnico del professor Monti per priorità differenti nell'agenda politica e il 6,3% nel 2013 con il governo politico di Enrico Letta con il ministero per l'Integrazione guidato dalla prima ministra nera nella storia italiana, Cécile Kyenge.

Quanto alla *cronaca giudiziaria*, nel 2011 il 44,2% delle notizie riguarda fatti relativi a iter giudiziari, processuali, inve-

stigativi o legati ad operazioni delle forze dell'ordine (64,3% nel 2012 e 62,7% nel 2013), mentre il 20,5% delle notizie (43,1% nel 2012 e 45% nel 2013) riguarda fatti di altra cronaca (morti, incidenti, malori, suicidi, sparizioni o altro). L'atto criminoso o reato (anche ipotizzato) è presente nel 13% delle notizie (18,3% nel 2012 e 27,6% nel 2013); il 7,9% sono invece notizie relative a commenti, reazioni, descrizioni, inchieste, scenari collegati a un fatto di cronaca (2,8% nel 2012 e 5,2% nel 2013). Vi sono poi il trattamento tematico riferito a immigrazione e/o sicurezza (7,3% nel 2011, 1,1% nel 2012 e 7,8% nel 2013); e gli argomenti relativi ad arrivi, sbarchi, incidenti in mare e respingimenti (6,5% nel 2011, 0,5% nel 2012 e 4,9% nel 2013).

Solo lo 0,3% delle notizie nel 2011 si colloca nell'ambito dell'area di indagine che comprende inchieste, racconti, storia o cultura dell'Altro migrante, straniero o di differente appartenenza culturale; mentre nel 2012 e nel 2013 nessuna notizia del genere è stata rilevata. Possiamo così trarre una *quarta conclusione*: la cronaca giudiziaria e/o relativa a investigazioni e operazioni delle forze dell'ordine rappresenta il 57% del notiziario oggetto di indagine, tanto da poter dire che *più della metà dell'informazione* relativa a temi come sicurezza, immigrazione, cronaca nera o giudiziaria è veicolato (in modo diretto o indiretto) da *fonti istituzionali*, come la magistratura e le forze di polizia. Fonti che, va ricordato, sono "di parte" pur essendo rappresentate, e percepite dai lettori, come indipendenti e dotate di terzietà rispetto ad altri soggetti. Anche qui abbiamo una conferma, a più di dieci anni di distanza, della ricerca di Corte (2002) sul forte potere di agenda e sulla presenza determinante, nell'arena pubblica, delle "fonti ufficiali".

Possiamo poi trarre una *quinta conclusione*: la cultura e la conoscenza approfondita del cittadino straniero, della *cultura "altra"* non sono considerate prioritarie dall'agenzia Ansa, tanto da non metterle in prima pagina. Nonostante quasi l'8% della popolazione italiana sia di origine straniera, tanto da consentirci di affermare che l'Italia è già da tempo un Paese multiculturale, l'interesse dell'agenzia Ansa per la cultura di una fetta importante delle persone attive nella nostra comunità è praticamente nulla. È anche questa una conferma della ricerca di Corte (2002) sul disinteresse della maggiore agenzia di informazioni verso chi è, quali valori esprime, quale cultura porta con sé la fetta di popolazione di origine straniera in Italia. Cade quindi

nel vuoto l'indicazione di Lepri (1991) sul giornalismo come professione interessata alla "continuità", espressa dagli eventi, oltre che alla loro eccezionalità: si rinuncia, in sostanza, a interpretare – a servizio dei lettori, quindi nell'ambito di un "giornalismo di servizio" – la società complessa e multiculturale in cui viviamo.

I protagonisti dei fatti di cronaca. I protagonisti delle notizie in prima pagina dell'Ansa, per l'ambito trattato dalla ricerca di ProsMedia (immigrazione, sicurezza, cronaca nera e giudiziaria) sono soprattutto italiani. Nel 2011, gli italiani sono sospettati o colpevoli nel 62,9% dei casi (64,1% nel 2012 e 53,3% nel 2013); sono vittime nel 40,6% (34% nel 2012 e 39,7% nel 2013). Le persone straniere sono colpevoli o sospettati nel 13,7% dei casi (10% nel 2012 e 11,5% nel 2013), mentre sono vittime nel 23,8% dei casi (10,3% nel 2012 e 20% nel 2013). Questo ci consente di trarre una *sesta conclusione*: oltre a ribadire la *sovra-rappresentazione delle persone colpevoli o sospettate di origine straniera* (l'11,7% dei cittadini stranieri, quando è di origine straniera solo l'8% della popolazione residente in Italia), la ricerca sull'agenzia Ansa rileva un'*alta "vittimizzazione" dei cittadini di origine straniera* (il 18% rispetto al 38,1% dei cittadini italiani).

Il tono della notizia. Il tono più utilizzato nei titoli delle notizie della prima pagina dell'Ansa, per l'ambito che ci interessa, è quello *descrittivo o neutro* (il 78,1% nel 2011, il 72,4% nel 2012 e l'82,5% nel 2013). A seguire, con una frequenza nettamente inferiore, si trova il tono emotivo (12,1% nel 2011, 17,8% nel 2012 e 11,6% nel 2013). Questo ci consente di trarre una *settima conclusione*: il notiziario dell'Ansa, per la parte di prima pagina riferita a sicurezza/immigrazione/cronaca nera e giudiziaria, ha una *titolazione "fredda", distaccata, neutra* rispetto alle passioni e alle posizioni di parte che caratterizzano tanta stampa italiana. Questo è in linea con gli scopi e il ruolo dell'agenzia Ansa, e contribuisce a garantirne autorevolezza e imparzialità. Questo elemento, però, ci deve far riflettere sulla responsabilità che l'Ansa ha sia nella scelta delle notizie (potere di "agenda" su singoli giornalisti e redazioni), che nel linguaggio utilizzato. Assegnando all'Ansa un ruolo di "arbitro" imparziale (di *gatekeeper* svincolato da logiche di parte), i giornalisti fanno affidamento sull'agenzia e si ispirano alle sue scelte nel predisporre i notiziari di giornali, tv, siti web e blog, radio eccetera. Ecco che le scelte, sia di agenda che di tipo linguistico,

compiute dall'Ansa diventano un riferimento irrinunciabile per la stampa italiana.

Chi viene interpellato o citato. Per quanto riguarda i *protagonisti citati, o interpellati*, nella maggior parte delle notizie in prima pagina, compare la categoria magistratura o forze dell'ordine, quindi sempre le fonti ufficiali, presentate come voce indipendente e quindi autorevole: è il 20,6% nel 2011 e diminuisce al 19,1% nel 2012. Nel 2013 (quando viene introdotta nella ricerca una distinzione fra fonti interpellate e citate), magistratura e forze dell'ordine sono citate nel 13% delle notizie e interpellate nel 14,6% dei casi. L'analisi delle notizie ha evidenziato una tendenza a citare con maggiore frequenza i colpevoli o i sospettati (12,7% nel 2011, 20,2% nel 2012; e 12% nel 2013 come colpevoli interpellati mentre sono il 16,4% come colpevoli citati). Le vittime sono citate o interpellate nell'8,9% dei casi nel 2011 e nel 15,7% nel 2012; nel 2013 sono interpellate nel 4,7% dei casi e citate nel 17,2%.

Infine, possiamo rilevare che nelle notizie dell'ambito che interessa la ricerca di ProsMedia (sicurezza, immigrazione, cronaca nera e giudiziaria) hanno voce soprattutto non soltanto le fonti istituzionali, come rilevato più sopra, ma anche le fonti di tipo politico: governo in primis, con il 10,5% nel 2011, seguito dagli esponenti politici (8%). Nel 2012, con l'esecutivo tecnico, il governo ha voce solo nel 3,4% dei casi e assistiamo a una frammentazione dei soggetti citati o interpellati (avvocati, religiosi, personaggi famosi); mentre gli esponenti politici sono presenti nell'8,2% dei casi. Nel 2013, con la distinzione fra soggetti citati o interpellati nelle notizie di prima pagina dell'Ansa, il governo è citato nel 5% (nel 73% dei casi di citazione il governo interviene) e nel 12,5% (interpellato); gli esponenti politici nel 6,3% (citati) e nell'11,3% (interpellati); seguono la gente comune e l'uomo della strada (4,3%); mentre hanno una presenza del 2,1% i rappresentanti delle comunità straniere, percentuale uguale ai rappresentanti politici non di governo. Un'alta visibilità ottiene, nel 2013, una categoria non contemplata nelle ricerche dei due anni precedenti: le imprese profit o loro rappresentanti (9,1% dei casi in cui sono citati e 6,2% dei casi in cui sono interpellati).

Possiamo così trarre *una ottava conclusione*, da articolare in più affermazioni: nel notiziario dell'Ansa in prima pagina, per gli ambiti che interessano la ricerca, vi è una *predominanza di un'informazione ufficiale e istituzionale*. Prendono ancora

molto la parola coloro che hanno sempre avuto voce in capitolo, quelle fonti che possono indirizzare in un senso o nell'altro il dibattito pubblico avendo il controllo e il monopolio delle notizie che li riguardano o che concernono la loro attività. Le *vittime hanno meno voce dei colpevoli o dei sospettati*, a segnalare un problema di presenza, nell'arena pubblica, di chi subisce una violenza o resta vittima di un evento: un dato certamente determinato anche da motivi di riservatezza, ma che comunque priva il dibattito di una voce importante.

La *voce flebile concessa ad esperti e studiosi*, poi, priva il notiziario e il dibattito pubblico di fonti indipendenti, preferendo dare spazio soprattutto alle voci di periti (di parte) e di avvocati e difensori (anche loro di parte), che hanno di certo diritto ad esprimere opinioni e dare notizie, ma che forniscono comunque una visione e una versione parziale degli eventi. Esperti e studiosi sono citati nell'1,8% dei casi nel 2011 (2,5% nel 2012); nel 2013 sono citati nel 3,1% dei casi e interpellati nel 5% dei casi.

Infine, da segnalare nella ricerca di ProsMedia la presenza della *voce delle comunità straniere*, a significare che le "minoranze" culturali stanno imparando ad entrare nel dibattito pubblico, ad interagire con i media, quando debbono farsi sentire e confrontarsi con fonti ufficiali e classe politica. Nel 2011 le comunità straniere sono citate, attraverso loro membri o rappresentanti, nel 6% dei casi (1,8% nel 2012). Nel 2013, sono citate nel 2,1% dei casi e interpellate nel 3% dei casi. Resta da vedere, sul piano qualitativo e dell'efficacia, quanto questa presenza possa arricchire il dibattito e contribuire a un'informazione completa e svincolata da interessi partigiani.

La guerra di Libia e il "Caso Lampedusa". Nel 2011 il gruppo di ProsMedia ha condotto una ricerca sull'agenzia di informazioni Ansa per analizzare, per conto dell'Unhcr, il "Caso Lampedusa". La ricerca aveva due obiettivi: a) ricostruire l'agenda dell'agenzia di informazioni Ansa nel periodo 1 febbraio-15 aprile 2011, con una mappatura delle notizie rilevanti su temi quali immigrazione, sicurezza, cronaca nera e giudiziaria, attraverso un'indagine condotta sulla "prima pagina" dell'agenzia distribuita ai media abbonati alle ore 19; b) analizzare il linguaggio utilizzato dall'Ansa nei servizi dedicati al "caso Lampedusa" (arrivi di migranti, rifugiati e richiedenti asilo, e relative problematiche), con l'utilizzo di un software specifico per l'analisi lessico-testuale.

La ricerca ha portato a una serie di conclusioni che elenchiamo di seguito. *Prima conclusione*: l'essere "straniero" costituisce un elemento di notiziabilità, a prescindere dalla collocazione in cui quell'essere stranieri si pone, sia rispetto al più generale tema dell'immigrazione, sia rispetto a specifici fatti di cronaca. Va inoltre rilevato che nel 27% dei casi, l'etichetta di "straniero" è chiaramente individuabile attraverso il riferimento alla nazionalità o, comunque, alla non appartenenza all'Italia: la registrazione di protagonisti di origine straniera è stata infatti possibile solo grazie alla sottolineatura che di questo aspetto è stata fatta nelle notizie Ansa; diversamente i protagonisti sono stati classificati come "persone italiane o non identificate".

Vi è poi una *seconda conclusione*: le notizie di cronaca relative ad arrivi, sbarchi, incidenti in mare e respingimenti sono in numero pressoché uguale (34 a 40) a quelle relative al trattamento tematico della questione immigrazione e della questione sicurezza, confermando così quanto altre ricerche hanno a suo tempo accertato, ovvero che la cronaca svolge un ruolo decisivo nell'informazione sull'immigrazione. Nel periodo oggetto di ricerca, d'altra parte, possiamo in questo modo rilevare l'incidenza delle notizie sugli sbarchi e gli incidenti in mare (14% delle notizie rilevanti) proprio in relazione ai fatti di Lampedusa; così come il "caso Lampedusa" ha prodotto effetti sulla tematizzazione dell'immigrazione nel dibattito pubblico. Se poi andiamo ad esaminare in dettaglio le singole news di agenzia da "prima pagina", possiamo evidenziare come le notizie che approfondiscono il tema dell'immigrazione (quale fenomeno strutturale della società italiana) siano minoritarie e poco significative nel panorama informativo della maggiore agenzia italiana d'informazione.

Questo ci porta a trarre una *terza conclusione*: si conferma una rappresentazione dell'essere "straniero" e dell'immigrazione legata all'emergenza, alle "breaking news", che irrompono nel notiziario dei giornalisti italiani, e a un dibattito pubblico che vede la politica e i suoi rappresentanti come soggetti principali, se non esclusivi, ad aver diritto di parola.

I *protagonisti dei fatti di cronaca* sono stati classificati in tre macro-categorie, con la possibilità, anche qui, di una scelta multipla nella loro individuazione rispetto alle notizie: vittime, sospetti o colpevoli, persone coinvolte o citate (non quindi vittime o colpevoli). A loro volta, queste macro-categorie sono state suddivise in quattro sotto-categorie a seconda della presenza

di soggetti stranieri, italiani, stranieri e italiani, non identificati. La *quarta conclusione* è che vi è una sovra-rappresentazione delle persone straniere nei fatti di cronaca, sia come vittime che come sospetti o colpevoli di un certo fatto. Nel caso delle vittime, con 112 casi identificati, il 37,5% vede coinvolti soggetti di nazionalità straniera. Nel caso dei sospetti o colpevoli, il 22,2% vede coinvolti soggetti stranieri. Questo conferma quanto rilevato nei criteri di selezione delle notizie: l'essere "straniero" è un elemento che viene portato all'attenzione dei fruitori dell'informazione, tanto da diventare in molti casi un elemento di notiziabilità.

Vi è poi una *quinta conclusione*: su 119 casi identificati, le persone coinvolte o citate di origine straniera (che non siano colpevoli, sospetti o vittime) sono 9,2%, in linea con il numero di residenti di origine straniera in Italia. La loro incidenza come soggetti di cui parlare diventa, fuori del ruolo di vittima o colpevole, notiziabile in misura contenuta.

I soggetti interpellati o citati. Anche in questo caso, nell'ambito delle 206 notizie rilevanti analizzate sulla prima pagina dell'Ansa, è stata resa possibile una scelta multipla delle opzioni fra: uomo della strada/gente comune, vittime, colpevoli/sospettati, parenti o amici della vittima, parenti o amici del colpevole/sospettato, persone dell'ambiente della vittima, società civile organizzata (forze sociali, sindacati, comitati e altro), esperti e studiosi, esponenti politici, religiosi, pubblica amministrazione, legali e periti, esponenti del governo (premier, ministri, sottosegretari), personaggi famosi/celebrità, magistratura/forze dell'ordine, rappresentanti o membri di istituzioni o amministrazioni locali, membri o rappresentanti di comunità straniere.

Un ruolo di primo piano lo esercitano i rappresentanti delle istituzioni pubbliche: il 16,6% dei soggetti interpellati o citati sono esponenti della magistratura o delle forze dell'ordine; il 14,6% sono esponenti del governo; il 9,9% sono esponenti politici; il 9,7% sono membri o rappresentanti di comunità straniere; il 6,8% sono membri o rappresentanti di istituzioni locali; il 4,1% sono appartenenti alla società civile organizzata; il 2,3% appartengono alla gente comune o sono "uomini della strada"; un altro 2,3% sono religiosi; lo 0,9% sono esperti o studiosi; il 10,3% sono vittime; il 7,6% sono colpevoli o sospettati.

Possiamo così trarre una *sesta conclusione*: il 51,4% di chi ha voce (viene interpellato) sulla prima pagina dell'agenzia Ansa appartiene al gruppo di soggetti che ha tradizionalmente già

voce e potere nell'arena pubblica (istituzioni centrali e locali, politici, magistratura o forze dell'ordine, personaggi famosi o celebrità, pubblica amministrazione); la società civile organizzata ha una voce marginale (4,1%) e così il mondo religioso (2,3%), che è alla pari con l'"uomo della strada".

Una *settima conclusione* è ricavabile dal dato sugli studiosi ed esperti citati o interpellati: lo 0,1%, una percentuale di fatto nulla, che conferma l'appiattimento dei media italiani sulla cronaca e la mancanza di spessore del dibattito sulla questione immigrazione, sulla sicurezza e sui temi che toccano da vicino la struttura e l'evoluzione della società italiana.

Un'*ottava conclusione* riguarda la voce delle comunità straniere: il dato del 9,9% (in linea con gli esponenti politici) rileva che, in virtù della sensibilizzazione mediatica, oltre che dell'accrescimento numerico dei migranti e delle loro organizzazioni, le diverse comunità di origine straniera si sono organizzate per entrare nel dibattito pubblico e la loro voce comincia a farsi sentire in modo significativo.

Infine, lo studio di ProsMedia ha rilevato il *tono delle notizie* che l'Ansa ha pubblicato in prima pagina. Nel 78,6% dei casi, il tono rilevato è neutro: a conferma del ruolo di medium imparziale che l'agenzia Ansa intende assumere. Da rilevare, tuttavia, che nei rimanenti 21,3% di casi, abbiamo un 9,2% di toni di "allarme" e un 8,2% di toni "emotivi", mentre il tono di denuncia si ferma all'1,9%.

L'*analisi del linguaggio* nel "Caso Lampedusa". Con l'analisi del linguaggio dei dispacci si è voluto verificare come l'agenzia Ansa ha contribuito a fornire informazioni su un momento storico particolare che ha coinciso con la guerra in Libia (nel 2011), e la conseguente caduta del regime di Gheddafi, e con il cambio di governo in Tunisia: due sconvolgimenti politici e istituzionali che, assieme ai consueti movimenti di popolazione dal continente africano, hanno in misura diversa contribuito alla ripresa dei flussi migratori dal Nord Africa all'Italia e, quindi, all'Europa. L'analisi della frequenza delle parole più usate nei 78 servizi giornalistici Ansa pubblicati nel periodo oggetto di indagine, consente di trarre una serie di conclusioni su come il fenomeno dell'immigrazione e dei rifugiati è stato proposto ai media italiani.

Possiamo trarre una *prima conclusione* per la parte dell'analisi del linguaggio: la consistenza numerica degli arrivi dei migranti è un forte elemento di notiziabilità, che attiva (come i ci-

tati studi sul tema dei media e migranti hanno sempre rilevato) la paura di una “invasione” di stranieri o, comunque, di una presenza eccessiva di soggetti estranei.

La *seconda conclusione* ci dice che l’associazione frequente fra Lampedusa ed “emergenza” dà all’isola la valenza di un posto di “frontiera assediata”, tale da rappresentare in piccolo quanto l’intera comunità italiana dovrebbe temere, ovvero un’invasione di persone straniere dal Nord Africa; come del resto conferma il contesto entro cui viene utilizzata la parola “situazione” riferita all’isola.

Possiamo trarre poi una *terza conclusione*: il concetto di accoglienza e di luogo deputato ad accogliere (il “centro”) è ben presente nel lessico dell’agenzia Ansa, e quindi del sistema informativo italiano; ma lo è non nella sua valenza di azione volta all’accogliere persone in difficoltà, ma di organizzazione burocratica e fisica per sistemare soggetti che “sbarcano” in un luogo di “frontiera” (Lampedusa), creando una “situazione” fortemente critica.

Dai dati sulle citazioni possiamo trarre una *quarta conclusione* di questa parte della ricerca, che conferma quanto detto a proposito della mappatura dell’agenzia Ansa: ancora una volta hanno voce soprattutto le fonti ufficiali, mentre si inserisce nel dibattito anche la voce delle comunità di migranti. Invece, come dimostra l’analisi delle dichiarazioni, le istituzioni dei governi nordafricani citati non vengono mai interpellate: le loro promesse e rassicurazioni sulla gestione dei migranti e dei profughi vengono riportate solo attraverso le parole dei politici italiani.

Per quanto riguarda la nazionalità dei migranti e profughi giunti a Lampedusa nel periodo analizzato, possiamo trarre una *quinta conclusione*: il dramma dei profughi in fuga dai luoghi di combattimento contro il regime di Gheddafi ha uno spazio marginale, a indicare – secondo l’agenzia Ansa – come il problema che l’isola di Lampedusa si trova a fronteggiare non sia quello delle persone che scappano dalle zone di guerra, ma quello delle persone che emigrano per cercare lavoro.

La *sesta conclusione* da trarre in questo caso è che, in un quadro di marginalità informativa del dramma dei profughi dalla guerra libica, è comunque ben presente nell’informazione il problema e la minaccia che la Libia può rappresentare sul piano dell’ingrossamento dei flussi migratori.

Vi è poi una *settima conclusione*: la parola “migrante/i” sta sostituendo nella produzione informativa dell’Ansa il termine

“immigrato/i”, tanto da fare ipotizzare che la Carta di Roma stia cominciando ad incidere sul lessico dei media italiani. In questa direzione va anche l’impiego delle parole “profughi” e “rifugiati”. Mentre dobbiamo registrare, dall’altro lato, l’insistere sul termine “clandestini” anziché sul più appropriato “irregolari”, con riferimento alle persone non in regola con la legge sull’immigrazione.

2. Uomini che odiano le donne: femminicidi e nazionalità dei protagonisti *di Cristina Martini*

Un argomento sempre presente sulle prime pagine dei giornali italiani è la cosiddetta “strage delle donne”. Molti si avventurano nella “conta” delle donne uccise da uomini, fornendo spesso dati non corretti. Non tutti gli episodi mortali sono anche femminicidi: si parla di “femminicidio” quando un omicidio è compiuto da un uomo per motivi di genere, quando cioè uccide una donna in quanto tale. Secondo Marcela Lagarde, antropologa e parlamentare messicana, “il femminicidio sta ad indicare la matrice comune di ogni forma di violenza di genere, che annulla la donna non solo nella sua dimensione fisica, ma anche in quella psicologica e sociale”.

Nell’ambito di ProsMedia, chi scrive ha dedicato allo studio di questo tipo di omicidi la ricerca intitolata “Uomini che odiano le donne. Come l’agenzia di stampa Ansa rappresenta i casi di femminicidio secondo la nazionalità dei protagonisti”, raccogliendo ed analizzando i dati relativi al 2012 e al 2013. La ricerca è stata pubblicata anche in “Notizie fuori dal ghetto”, il primo rapporto dell’Associazione Carta di Roma (www.cartadiroma.org).

La ricerca è stata sviluppata in tre fasi principali: la raccolta dei dati relativi ai 124 casi di femminicidio del 2012 e ai 136 casi del 2013, catalogando vittime, colpevoli e numero di dispaggi di agenzia usciti per ciascun omicidio; la costruzione di un questionario semistrutturato e l’analisi di 4 casi emblematici (perché hanno avuto più eco nell’agenzia Ansa) per ciascun anno, appartenenti alle seguenti categorie: vittima italiana e colpevole italiano; vittima italiana e colpevole straniero; vittima straniera con colpevole italiano; vittima straniera con colpevole straniero; l’analisi del linguaggio utilizzato nei dispaggi di agenzia Ansa usciti per gli 8 casi scelti, con l’ausilio del software Taltac2, che si occupa di analisi statistica lessicale e testuale.

Dall'analisi dei dispacci dell'agenzia di stampa nazionale Ansa del 2013 si evince che vi sono stati 136 femminicidi in Italia, numero in leggera crescita rispetto ai 124 casi registrati nel 2012. Le donne italiane morte risultano essere 98 (il 72 %) e le vittime straniere 37 (27,2%); l'anno precedente le vittime italiane erano state 86 (il 69,3%) e le donne straniere 38 (il 30,6%). I colpevoli italiani sono il 77,4% (96) nel 2012 ed il 73,5% (100) nel 2013. In crescita la percentuale di stranieri: sono 26 (il 19,1%) nel 2013, mentre nel 2012 erano 17 (il 13,7%). I colpevoli non identificati (i casi in cui non sono ancora stati individuati i responsabili) nel 2013 sono 10 (7,3%).

La seconda fase della ricerca ha visto l'analisi di quattro casi emblematici per il 2013 (a cui sono stati dedicati più dispacci di agenzia): a) vittima straniera e colpevole straniero: Sandita Munteanu, uccisa con due coltellate alla gola lungo una strada. L'assassino, il suo ex compagno Virgil Murariu, si è poi suicidato. – b) Vittima straniera e colpevole italiano: Marilia Rodrigues Silva Martins, incinta al quarto mese di gravidanza, uccisa per strangolamento e colpi alla testa. L'assassino (suo datore di lavoro ma anche amante e padre del figlio che aspettava) Claudio Grigoletto ha cercato di inscenare un suicidio con acido muriatico e gas metano. – c) Vittima italiana e colpevole straniero: Ilaria Leone, violentata e picchiata fino a morire soffocata dal suo stesso sangue. È stata poi abbandonata in un oliveto. Ad ucciderla, Ablaye Ndoeye, un conoscente. – d) Vittima italiana e colpevole italiano: Lucia Bellucci, strangolata ed uccisa con coltellate a cuore e polmoni dall'ex fidanzato Vittorio Ciccolini. Il corpo, trasportato sul sedile dell'auto di Ciccolini da Trento a Verona, è stato abbandonato nel garage della madre del Ciccolini stesso.

Tutti e quattro i casi analizzati sono usciti in prima pagina Ansa delle ore 19 e tutti hanno un numero di dispacci di agenzia dedicati molto alto: il caso di Ilaria Leone ha 39 dispacci, Marilia Rodrigues Silva Martins 81, Lucia Bellucci 76. Rispetto al 2012 in cui il caso con vittima e colpevole entrambi stranieri uscito con più dispacci arrivava a 12, nel 2013 al caso di Sandita Munteanu è stato dato più spazio, con 53 dispacci Ansa.

In tutti i casi il nome e cognome della donna e del carnefice appaiono per intero e, nel caso in cui siano stranieri, la nazionalità è sempre specificata sia nel titolo che nel corpo dei testi, con l'utilizzo anche di aggettivi sostantivati. Dalla ricerca risulta che sia i colpevoli italiani, sia i carnefici stranieri non sono in

alcun modo “giustificati” nelle loro azioni, va però evidenziato che l’unico assassino descritto come “criminale” è il colpevole straniero che ha ucciso una donna italiana (il caso di Ilaria Leone).

Veniamo alle *conclusioni della ricerca*. Va detto innanzi tutto che la violenza domestica è la causa principale di morte nelle donne tra i 16 ed i 44 anni: questo è uno dei dati allarmanti dell’Organizzazione Mondiale della Sanità, che riguardano anche l’Italia; le donne fino ai 50 anni muoiono più tra le mura di casa, ad opera di persone dell’ambiente familiare, che non per malattie o incidenti.

I femminicidi che vengono riportati sulle prime pagine dei giornali sono solamente la punta di un iceberg con una base molto più ampia, fatta di violenze subite, fisiche ma anche psicologiche, che in alcuni casi sfociano nel suicidio della vittima in seguito a maltrattamenti e persecuzioni: il caso di Rosa Maria La Manna del 3 giugno 2012 ne è un esempio. Pierre Bordieu nel libro *Il dominio maschile* descrive il femminicidio come “la forma suprema, perché la più sottile, la più invisibile di dominio dell’uomo sulla donna”; per la stampa restano perlopiù “episodi” isolati che difficilmente appaiono in prima pagina: su 260 femminicidi totali dal 1 gennaio 2012 al 31 dicembre 2013, solo 39 (il 15%) vengono inseriti nella prima pagina dell’Ansa delle ore 19. Nel 2013 si è passati da una percentuale dell’8%, registrata nell’anno precedente, al 21,3%, in crescita soprattutto dal caso di Ilaria Leone, uccisa il primo maggio.

Emerge così nell’anno 2013, a piccoli passi, anche sulla stampa l’omicidio di genere, anche se la parola “femminicidio” è ancora poco utilizzata. La usano i politici ed i rappresentanti di associazioni quando vengono intervistati nei dispacci Ansa, ma non è ancora diffusa nel lessico giornalistico, che preferisce semplificazioni quali “raptus di follia”, “omicidio passionale”, “uccisa per amore”, “stragi di gelosia”, quindi espressioni che giustificano la violenza in nome di un presunto sentimento o di uno status momentaneo del colpevole, senza indagare nel profondo un problema radicato nella cultura della società.

“Caldo criminale”, “L’ha uccisa il caldo”, “Il delitto di Ferragosto” titolano i giornali nei mesi estivi, attribuendo le uccisioni alle alte temperature. Agosto invece, il mese estivo per eccellenza, conta il numero più basso di femminicidi: 4 nel 2012 e 7 nel 2013; mentre sono stati registrati 17 casi di femminicidio nel febbraio 2012 e 15 casi nel maggio 2013.

Le vittime dei femminicidi sono soprattutto italiane (il 69,3% nel 2012 ed il 72% nel 2013), con una relazione molto stretta con l'assassino: sono i mariti ad uccidere di più, utilizzando soprattutto armi compatibili con la realtà domestica, quali le armi da taglio. Nel resoconto degli avvenimenti, il colpevole italiano viene ritratto nel suo disagio, dovuto a molteplici cause: "momento di follia", "quella storia finita lo tormentava", "era molto bravo, ma ultimamente giocava male perché non stava bene". Il tratto distintivo dell'assassino italiano è il mestiere svolto: è "l'avvocato" ad uccidere, il "datore di lavoro", il marito "ex guardia giurata".

Se i protagonisti sono italiani, gli ambienti in cui avviene il delitto sono descritti come famiglie apparentemente normali, anche dalle parole dei vicini di casa e dei conoscenti, la cui serenità è interrotta dall'"episodio violento". Se per il colpevole italiano nelle notizie Ansa si punta su uno status momentaneo dell'uomo, per il killer straniero le cause si cercano nella nazionalità. Emblematico il caso Kaur, in cui Jasvir e la figlia Jaspreet sono state sgozzate dal marito e padre: il femminicidio è ricondotto a cause religiose e culturali, ponendo l'accento sulla diversità che li contraddistingue. Descritta come "troppo permissiva", la vittima straniera è succube del marito e delle tradizioni, una donna passiva uccisa dal colpevole perché "preoccupato della deriva occidentale della sua famiglia".

Gli aggettivi che descrivono gli assassini ed i verbi utilizzati negli omicidi differiscono molto in base alla nazionalità: il linguaggio è più crudo e colpevolizzante quando l'uomo assassino è straniero; più comprensivi e giustificanti quando a colpire è la mano di un killer italiano. Sono differenze meramente linguistiche, ma che allontanano sempre di più il "noi" dall'Altro, rinchiuso in una gabbia di stereotipi e pregiudizi, alimentati anche da chi viene intervistato dai giornalisti: gli intervistati sono spesso esponenti politici che parlano del decreto espulsioni, dello ius soli, della cittadinanza, mescolando un delitto di genere con tematiche legate all'immigrazione e allo status di "straniero". L'attenzione di chi interviene sulla stampa, e quindi anche di chi legge, si sposta verso quella che viene vista e chiamata l'"emergenza stranieri" tralasciando così il vero problema: quello culturale e sociale che causa la violenza di genere.

3. La strada dei pregiudizi: incidenti stradali e guidatori stranieri di *Cristina Martini*

Crimine e discriminine: anche chi scrive di cronaca può compiere azioni offensive, discriminando i soggetti coinvolti, attraverso l'uso improprio delle parole. Quest'ultime sono sempre importanti e possono creare stereotipi difficili da superare, soprattutto quando si affrontano temi importanti come l'immigrazione e la diversità culturale. Ne abbiamo una dimostrazione dalla ricerca "La strada dei pregiudizi. Incidenti d'auto, guidatori italiani e stranieri nelle rappresentazioni della stampa" che chi scrive ha condotto nell'anno accademico 2010-2011, nell'ambito di una tesi di laurea, sotto la supervisione di Maurizio Corte.

La ricerca è partita da tre domande cui si è cercato di dare una risposta attraverso i dati raccolti e analizzati: come vengono rappresentati i soggetti stranieri colpevoli di incidenti stradali nella stampa? C'è differenza di trattamento tra gli italiani e gli stranieri negli articoli riguardanti gli stessi avvenimenti? Come viene utilizzato il linguaggio nei due casi? La ricerca si è svolta in due fasi principali: la prima, dove un campione di articoli sugli incidenti stradali è stato trattato con una scheda di rilevazione; la seconda, dove i testi sono stati analizzati con il software per l'analisi lessico-testuale Taltac2, per studiarne il linguaggio.

In un'analisi che non pretende di essere rappresentativa di tutti i casi di incidenti stradali, ma che certo offre interessanti spunti di riflessione, sono state scelte cinque categorie di incidenti stradali. Le categorie sono: vittime straniere; vittime italiane; vittime bambini/giovani; guidatore ubriaco; strage stradale (più vittime). Per ogni categoria, sono stati scelti due casi da analizzare: uno in cui il guidatore colpevole dell'incidente è italiano e uno in cui il colpevole dell'incidente è straniero. Per ognuno dei casi di studio, accaduti dal 2008 al 2011, sono stati analizzati quattro articoli: il primo è un dispaccio Ansa e gli altri tre sono articoli di testate giornalistiche (cartacee o web) che ne hanno dato notizia. La scelta dei testi è ricaduta sul primo articolo pubblicato per dare la notizia dell'incidente, senza considerare i seguiti nei giorni successivi. Ecco i titoli dell'agenzia Ansa per le notizie degli incidenti oggetto di studio:

- "Pirati strada: tredicenne travolta e uccisa vicino Roma. Donna alla guida di una Mercedes fugge, arrestata dopo poche ore" (7 marzo 2008 – vittima straniera e colpevole italiano);

- “Pirata strada: Roma; romeno ubriaco uccide pedone, arrestato. Altre due vittime in incidenti stradali sulla via Tiburtina” (13 giugno 2011 – vittima e colpevole entrambi stranieri);
- “Anziana travolta: trascinata per metri, autista sotto shock” (3 febbraio 2011 – vittima e colpevole entrambi italiani);
- “Non si ferma ad alt polizia, travolge auto e uccide ragazzo” (18 luglio 2008 – vittima italiana e colpevole straniero);
- “Morto bimbo investito, si costituisce donna pirata strada. “È sbucato dietro una palla”; piccolo trovato agonizzante” (10 maggio 2011 – vittima giovane e colpevole italiano);
- “Pirati strada: romeno ubriaco travolge ragazzino in bici vicino Roma. Colpevole si costituisce. Vittima voleva il battesimo” (30 maggio 2011 – vittima giovane e colpevole straniero);
- “Incidenti stradali: ubriaco uccide ragazza-madre vicino a Roma” (13 settembre 2009 – guidatore ubriaco italiano);
- “Ubriachi alla guida: romeno rischia il linciaggio a Roma. Un morto. Forze dell’ordine lo salvano da testimoni infuriati” (7 febbraio 2009 – guidatore ubriaco straniero);
- “Travolti a fermata scuolabus: morte 2 donne e 3 bambine. Tragedia dopo carambola otto auto, nove feriti; domani lutto” (26 febbraio 2008 – strage stradale con colpevole italiano);
- “Ubriaco e drogato investe 13 persone a fermata bus Roma. Sfugge a linciaggio, arrestato. Alemanno, resti in carcere” (5 novembre 2008 – strage stradale con colpevole straniero).

Conclusioni della ricerca. Dalla ricerca sugli incidenti stradali, si evince che quando il colpevole di un incidente è straniero, il fatto acquista una connotazione più grave; c’è più tensione, il racconto è più drammatico e trattato con parole come “bastardo”, “sporchi zingari”, “non sanno far altro che ubriacarsi e rubare”. La rabbia della gente intervistata si riverbera sul pubblico dei lettori.

Fa notizia il guidatore straniero ubriaco (o drogato) che provoca un incidente dove le vittime sono italiane. Se guidatore e vittime sono stranieri, la notizia suscita poco interesse nella stampa italiana. Se guidatore e vittime sono italiani troviamo articoli di poche righe; e possiamo riscontrare che il guidatore colpevole viene giustificato con lo stato di shock, oppure l’attenzione si sposta sulla vittima.

Quando il guidatore colpevole è straniero non viene mai giustificato e viene preso di mira non solo dai testimoni che tentano il linciaggio, ma anche dai resoconti della cronaca che si

concentrano sull'incoscienza dell'autista, sul fatto che fosse in compagnia di connazionali, su quanto la gente sia "inferocita". Si espongono dettagli poco rilevanti al fine dell'incidente, come l'alcool test positivo di un passeggero di origine straniera, coinvolto senza fondamento nell'essere anche lui causa dell'incidente. Se l'autore dell'incidente è italiano e la vittima è straniera, ricompare lo stato di shock del colpevole: il decesso della vittima viene descritto come una morte inevitabile; oppure si accampano spiegazioni come quella del bambino "sbucato dietro una palla", della "partitella di calcio finita in tragedia", come se la colpa fosse in qualche modo della vittima o del destino. La fuga di un guidatore italiano non è seguita da linciaggi né di testimoni, né mediatici; a chiudere la vicenda in poche righe ci sono considerazioni come: "probabilmente, anche se si fosse fermata, non sarebbe servito per salvare la vita del bimbo".

Nelle notizie in cui ci sono guidatori italiani, soprattutto in vere e proprie stragi stradali, si narra l'evento come se gli incidenti fossero provocati dalle auto, non dalle persone. Sono le vetture a scontrarsi, a falciare, a provocare l'incidente. Auto che sembrano guidate da nessuno: è la Mercedes che uccide, la Stilo che si scontra con una Mitsubishi, non la persona al volante. Il colpevole è messo al riparo, quasi protetto, nascosto e giustificato. Diverse anche le citazioni che compaiono negli articoli: se si tratta di vittime italiane, vengono dipinte nella loro quotidianità, descrivendone passioni e particolari che possano intenerire come "Anna, mamma buona, non vedeva mai il male e perdonava sempre" e che provochino nel lettore un senso di rabbia e di rifiuto verso il colpevole straniero.

I parenti di vittime italiane sono descritti "composti nel loro dolore", non lasciano spazio all'odio, sono in grado di "spendere parole di umanità" e si affidano al lavoro delle forze dell'ordine e degli inquirenti. I parenti di vittime straniere invece "urlano", "gridano", sono spaventati e chiedono giustizia con quella disperazione che li mostra rabbiosi e quindi pericolosi. I politici intervistati sono moderati se il colpevole è italiano: intervengono per portare alla luce i problemi della sicurezza stradale, quali la scarsa illuminazione e la mancanza di piste ciclabili. Se il colpevole è straniero non c'è spazio per la moderazione: in uno degli articoli è un esponente politico ad intervenire per primo, parlando di "emergenza rom"; l'attenzione è spostata sui campi nomadi abusivi, sulla tendenza al furto ed all'assunzione di alcol e sostanze stupefacenti, sui centri di permanenza tempo-

reana, sulla presenza ancora in Italia di stranieri che hanno ricevuto provvedimenti di espulsione.

Gli incidenti sono spiegati con molti dettagli tecnici e con massima professionalità, un racconto quasi oggettivo, quando l'incidente è provocato da un guidatore italiano. Se è coinvolto un autista straniero, l'incidente diventa un racconto ricco di elementi poco oggettivi, di avverbi, aggettivi, frasi di contorno poco rilevanti: il colpevole e il suo comportamento riempiono quasi tutto lo spazio della notizia, lasciando poco al racconto delle vittime.

CAPITOLO V

GIORNALISMO INTERCULTURALE E COMUNICAZIONE: FONDAMENTI TEORICI E RIFERIMENTI ETICI

SOMMARIO: 1. Il giornalismo in una società pluralistica – 2. La parzialità di un giornalismo “multiculturale” o etnocentrico – 3. Il Giornalismo interculturale: i fondamenti teorici e i riferimenti etici – 4. Il Giornalismo interculturale: le esperienze di studio e ricerca all'estero – 5. Il Giornalismo interculturale: un diverso orizzonte per i media – 6. Il Giornalismo interculturale e le sollecitazioni del “Redattore Sociale” – 7. Il Giornalismo interculturale: la Carta di Roma

*Non siam razza d'artista, né maschere da gogna
e chi fa il giornalista si vergogna.
Non che il fatto c'importi, chi non ha in qualche posto
un peccato o un cadavere nascosto?*

F. Guccini, Gli amici, 1983

Le sfide che la società contemporanea pone richiedono un giornalismo, una comunicazione (social o meno) e un *digital marketing* dal taglio “interculturale”. Una comunicazione e un giornalismo in grado di leggere, interpretare e rappresentare una realtà complessa qual è quella in cui viviamo; e in grado di relazionarsi con persone di differente cultura. Il ruolo di giornalisti e di comunicatori – mediatori fra le fonti e il pubblico – ci chiama a un approccio interculturale che è necessario se intendiamo informare e comunicare con autorevolezza e con efficacia.

Si vogliono qui tracciare i fondamenti teorici e i riferimenti etici del giornalismo interculturale e della comunicazione interculturale nei media, muovendosi nell'orizzonte teoretico della Pedagogia interculturale. Crediamo, infatti, che i valori dell'Educazione e della Pedagogia interculturale, e il loro modo

di porsi nei confronti dell'alterità, consentano di fruire di strumenti interpretativi importanti per il giornalismo e per la comunicazione.

Sottolinea Portera (2003, p.6): “*L’approccio della Pedagogia interculturale* rappresenta una vera e propria rivoluzione copernicana: l’alterità, l’immigrazione, la vita in una società complessa e multiculturale non sono considerate come rischi di disagio o di malattie, ma come delle opportunità di arricchimento e di crescita personale e collettiva; l’incontro con lo straniero, con il soggetto etnicamente e culturalmente differente, rappresenta una sfida, una possibilità di confronto e di riflessione sul piano dei valori, delle regole, dei comportamenti”.

Sgomberiamo subito il campo, prima di passare a trattare del Giornalismo interculturale e della comunicazione interculturale nei media, da un possibile fraintendimento. L’approccio “pedagogico” non è quello “etico-pedagogico basato su ideali superiori” a cui fa riferimento Sorrentino (1995, p.40), citando Baglioni (1974, “L’ideologia della borghesia nell’Italia liberale”), un elemento “etico-pedagogico” inteso come serie di valori e convincimenti calati dall’alto sulla stampa perché li trasferisca a una società che la stampa stessa non riesce a capire, a interpretare e quindi neppure a raccontare in tutta la sua complessità e nelle sue nuove articolazioni. La Pedagogia interculturale di cui tratta Portera – e nella quale ci riconosciamo – è semmai ricerca, approfondimento continuo, capacità di analisi e volontà di conoscenza, umiltà di interpretazione, tensione a comprendere e ad incidere su una società che ha bisogno di testimoni empatici e attenti; il tutto nel quadro di una “Pedagogia dell’essere, più che della cultura” (Secco, 1999a, p.153).

È il caso, poi, di liberare il campo da un altro fraintendimento o, peggio, da un pregiudizio: che il Giornalismo interculturale sia un “giornalismo buonista”, che disprezza le regole, ignora i temi della legalità e della sicurezza; e che tutto giustifica in nome di un non ben chiaro approccio “politically correct”. È invece il caso di sottolineare che il giornalismo interculturale è soprattutto un “buon giornalismo”, il quale attinge al meglio della tradizione giornalistica: curiosità (l’Altro mi interessa e mi riguarda), attenzione al dettaglio, approfondimento, conoscenza del contesto e di ciò che precede e segue il fatto da narrare, sensibilità verso il linguaggio, riflessione sul *modus operandi* dentro e fuori una redazione o un’agenzia di comunicazione. Il giornalismo interculturale, inoltre, pone il rispetto delle regole –

discusse, condivise e decise in modo democratico e con attenzione al rispetto dei valori fondamentali dell'essere umano – come prioritario; così come prioritari sono il rispetto delle leggi e il diritto di parola, di critica e di opinione divergente.

1. Il giornalismo in una società pluralistica

“L'impreparazione, unita alla presunzione, rappresenta il più grande fra i problemi del giornalista, dopo quello dell'indipendenza”, osserva Roidi (2001, p.110), che aggiunge: “Il tempo di un'informazione superficiale e abborracciata è finito. Il lettore è smaliziato, sa leggere, ha bisogno di notizie non solo tempestive (che fornisce la Tv) ma anche precise, approfondite, documentate. Il potere affidato a un giornalista è grande: può distruggere una persona o, più raramente, fare la sua fortuna. Egli, per questo, dovrebbe agire con umiltà e senso di responsabilità, doti che spesso vengono sostituite da punte, più o meno visibili, di arroganza” (2001, p.112).

La *fragilità del giornalismo italiano* e della sua cultura professionale è evidenziata anche da Barbano (2003, p.62) il quale spiega come la prevalenza della tecnica si traduca in una rinuncia rispetto al ruolo pedagogico che il quotidiano oggi è chiamato a svolgere nella società moderna; ruolo pedagogico da intendersi come contropartita culturale e interpretativa che, in cambio del prezzo d'acquisto del quotidiano, i giornali forniscono al lettore, aiutandolo nella comprensione dei fenomeni che guidano la sua comunità, e consentendogli di governarli. Si tratta di una “pedagogia” che secondo Barbano deve rispondere a domande reali del pubblico dei lettori, individuabili attraverso una mappa dei bisogni e dei valori sociali presenti in una comunità.

Tra le funzioni del giornalismo, Kovach e Rosenstiel (2007) – alla fine di una ricerca che ha coinvolto 300 giornalisti e 3000 lettori americani – pongono anche quella di “educare” i lettori; azione educativa che si affianca alla raccolta, selezione, interpretazione e diffusione delle notizie. Come osserva Russ-Mohl (2011), il giornalismo ha una serie di funzioni: informare, diffondere notizie e costruire cornici di senso, tematizzare (puntare i riflettori su determinati temi), criticare e controllare, intrattenere, socializzare, integrare (creare ponti fra mondi diversi) e formare. “Alla funzione educativa dei media spesso è attribuita poca considerazione (...). In realtà anche i media contri-

buiscono alla formazione, anche se non come loro funzione primaria (...). Acquisiamo una parte considerevole della nostra cultura generale proprio attraverso i media. Per questo motivo è opportuno, di tanto in tanto, prestare attenzione anche alla funzione formativa del giornalismo” (Russ-Mohl, 2011, p.23).

Eppure, quando si parla di “ruolo pedagogico”, di *compito “educativo” dei giornali*, molti giornalisti rispondono con espressioni di sconcerto. Il termine “pedagogico” ha assunto per taluni una connotazione negativa, dispregiativa, come se un giornalismo pedagogico fosse un giornalismo della manipolazione, al servizio del Potere. Niente di più errato.

Il richiamo alla Pedagogia è quanto di più “rivoluzionario” e innovativo – in società complesse e pluralistiche come quella italiana e come quella europea – vi possa essere; là dove la Pedagogia va intesa come una scienza dell’educazione capace di proporsi e imporsi come disciplina che può fornire risposte e indicare modalità di soluzione nella progettazione esistenziale della persona (si veda il richiamo di Portera, 2004, p.9). La Pedagogia è una scienza “critica e progettuale” al medesimo tempo (Frabboni-Pinto Minerva, 2005, p.18); impegnata da un lato in un’analisi critica del presente e dall’altro nella progettazione di possibili percorsi di trasformazione dell’esistente.

È del resto lo stesso pubblico di lettori e di telespettatori (la “audience”) a chiedere ai giornali di svolgere un ruolo interpretativo, di indirizzo e di sviluppo dei temi, oltre che un compito narrativo, di rappresentazione della realtà che ci circonda; e dei fatti che vi accadono. I giornalisti e i comunicatori non dovrebbero dimenticare che l’informazione e la comunicazione svolgono un ruolo strategico nell’arena pubblica, tanto da diventare parte costitutiva del processo di rinnovamento delle istituzioni (si veda Rovinetti, 2002). La società intera necessita di strumenti di comprensione, perché l’accresciuta complessità sociale crea un sempre più chiaro bisogno di cittadini che siano bene informati; e i cittadini bene informati sempre più fondano le loro conoscenze su informazioni non esperite direttamente ma raccolte dai mezzi di comunicazione di massa (Mancini, 2003, p.71): “Il cittadino ben informato vuole avere la piena coscienza delle proprie azioni che devono essere fondate ragionevolmente e quindi necessitano di informazioni adeguate”. È ancora Mancini (2003, p.77) ad affermare che “la comunicazione pubblica identifica quell’arena dell’attività simbolica di una società in cui, a seguito dei processi di differenziazione sociale, sistemi

diversi interagiscono e competono per assicurarsi visibilità e per sostenere il proprio punto di vista su argomenti di interesse collettivo”.

In quanto attori presenti nell'arena dell'attività simbolica di una società, i giornali e i giornalisti/comunicatori che li realizzano non possono sottrarsi di fronte alle loro responsabilità – anche pedagogiche, anche educative – e all'impegno di fornire strumenti credibili di interpretazione del mondo in cui viviamo. Non ci si riferisce qui alla necessità di spiegazioni esaustive, totalizzanti e definitive: ma ad un continuo, quotidiano impegno sul fronte della comunicazione, della messa in comune di significati e di chiavi di lettura della realtà. Senza la luce di giornali ben fatti e di giornalisti preparati e coscienti del proprio ruolo non sarà possibile andare incontro all'ansia, alla richiesta di orientamento e di comprensione che sale dai lettori.

Santini (2002, p.322) denuncia il fatto che la velocizzazione dell'informazione e le nuove tecnologie hanno costretto molti giornalisti a lavorare in presa diretta, con il risultato di produrre una mole crescente di errori: “Questi sbagli non offendono solo la grammatica, la sintassi, la pronuncia, lo stile giornalistico, la correttezza dell'informazione, ma oltraggiano – sì proprio oltraggiano – i destinatari della comunicazione portatori, anche loro, di un diritto costituzionale”.

I giornalisti sono consapevoli di come l'aumento esponenziale delle informazioni minacci la loro funzione e la loro identità professionale, avverte Sorrentino (2004, p.455): “È come se si appannasse il loro sapere, consistente proprio nel routinizzare l'imprevisto, cioè selezionare e presentare gli eventi in grado di ben esemplificare il racconto della società. Il pericolo è che la ridondanza non permetta una lettura articolata e comparata degli eventi (...). Siccome senza comprensione non vi può essere effettiva comunicazione, ne deriva l'apparente paradosso che l'allargamento dello spazio sociale rappresentato dai media provoca un deficit di comprensione. L'informazione da luogo di scambio e di comunicazione, che consente l'incontro tra diversi, che allarga le reti relazionali e favorisce nuove forme di reciprocità, rischia di perdere la capacità di attribuire senso, di costruire identità, di formare l'opinione pubblica, proprio perché non riesce più a collegare, a mettere in comune, a creare condivisione”.

Che la professione giornalistica abbia subito un consistente cambiamento negli ultimi anni è evidenziato da Agostini (2004, p.15), il quale fa notare come i “valori notizia” non sono più da

considerarsi immutabili; come i giornalisti siano consapevoli che fatti e storie non sono isolati ma vivono in un preciso contesto, in un “universo mediatico”; e di come il “flusso informativo” avvolga sia gli operatori dell’informazione che il pubblico. Da parte sua, Sorrentino (2010, p.82) sottolinea che “nel corso del tempo la visione del giornalismo come esposizione delle eccezionalità oppure delle disuguaglianze si è appannata. Il giornalismo appare sempre più come un luogo di scambio: un luogo d’incontro fra differenti attori sociali”.

Accelerazione, frammentazione e dilatazione (Splendore, 2011) caratterizzano il giornalismo online, che lavora “in presa diretta” come i canali televisivi all news. Tra l’accadimento e la sua rappresentazione passano spesso pochissimi minuti o addirittura secondi, tanto che il ruolo di mediazione del giornalismo viene messo a dura prova: vi sono situazioni, nelle redazioni web e in quelle radiotelevisive, in cui la mediazione salta e il giornalista rischia di diventare solo un amplificatore di quanto accade in diretta davanti al lettore o spettatore. Di contro, nelle redazioni dei giornali stampati *l’overload informativo* mette altrettanto a dura prova il ruolo mediatore (tra fonti e pubblico di lettori) del giornalista: è un sovraccarico informativo dovuto a due ragioni, la prima da rintracciarsi nell’aumento esponenziale di notizie che un giornalista riceve grazie ai nuovi media (dall’email a Twitter); la seconda ragione legata ai tagli negli organici che costringono i giornalisti, dentro e fuori le redazioni, a una produzione frenetica il cui prezzo finale è un impoverimento della qualità e un appiattimento su routines e linguaggi stereotipati.

Un *cambio delle routines redazionali*, una diversa organizzazione del lavoro giornalistico e delle pratiche professionali, l’impiego di un *nuovo linguaggio*, la formazione e *l’aggiornamento dei giornalisti*, un diverso *rapporto con le fonti*: sono queste alcune delle azioni da compiersi in via preliminare per giungere a un modo interculturale (e autorevole) di fare giornalismo. Non a caso, sono gli “uomini macchina” – i giornalisti che lavorano al desk, i *gatekeeper* – ad avere una visione meno sensibile, più stereotipata dell’immigrazione. Come osserva Morresi (2003, pp.206-208), la routine uccide la professionalità: il ricorso al “formato breve” della notizia, il lavoro al desk che costringe il giornalista a guardare il mondo con una specie di cannocchiale rovesciato che allontana gli eventi, il distacco dalla realtà aggravato dall’abuso di stereotipi linguistici, la perdita

di spessore dell'identità giornalistica, portano ad una perdita di credibilità della professione.

Sottolinea Grossi (2004, p.23) che il compito primario dei media è di “restituire ai lettori una realtà che soddisfi la loro richiesta di comprensione dei fatti che accadono nel mondo e che informi la loro coscienza critica (... mentre) ogni mezzo d'informazione è, inevitabilmente, un giudizio sulla realtà”. Come possono i mass media dare giudizi attendibili e autorevoli sulla realtà multiculturale in cui siamo immersi, se non fanno riferimento ad un quadro deontologico forte? a valori e sensibilità interculturali? Come possono rinunciare, senza perdere in qualità e in credibilità, alla tensione morale che porta all'incontro con l'Altro, all'ascolto e al dialogo? È vero che non basta il richiamo alla deontologia e alle leggi per avere un giornalismo rispettoso della diversità; occorre un insieme di azioni, di disposizioni culturali e di spinte dell'anima che consentano di andare oltre la siepe della superficialità, della banalità, della routine e della pigrizia intellettuale.

Da rimarcare, poi, l'importanza di *fonti alternative* rispetto a quelle istituzionali. Uno degli sforzi che deve fare il mondo del volontariato, delle associazioni dei migranti, delle organizzazioni legate alle diverse espressioni dell'immigrazione è quello di accreditarsi agli occhi dei giornali e dei giornalisti come fonti autorevoli. Un aiuto, in questo senso, viene dalla “comunicazione pubblica” (si veda Rovinetti, 2003, pp.33 e segg.): uno dei settori della comunicazione pubblica è quello della comunicazione “sociale o di pubblico interesse”. Essa riguarda l'attività di istituzioni, enti pubblici e associazioni private non-profit, le tematiche del terzo settore e le campagne di comunicazione destinate a favorire cambiamenti significativi e modi nuovi e condivisi di essere cittadini.

Proprio dalla comunicazione pubblica – declinata per la parte che riguarda il sociale – e dai suoi strumenti (uffici stampa, reti civiche, sportelli polifunzionali, Urp), oltre che dagli esperti professionisti che vi lavorano (giornalisti, comunicatori pubblici, tecnici della comunicazione), può venire una spinta determinante nel gioco quotidiano per costruire l'agenda dei media. Solo con un forte potere contrattuale di tipo informativo e comunicazionale – il cui peso risente del potere economico posseduto – il mondo dei migranti può introdurre differenti notizie, nuove visioni, temi alternativi per raccontare in modo più completo e più rispettoso la “diversità” culturale.

Il percorso verso il Giornalismo interculturale – va messo in chiaro – non è un percorso facile. Come abbiamo più volte sottolineato in questo libro, sono necessari intelligenza e cuore. Vi è bisogno di una *conversione culturale* e di una conversione dell'anima. È richiesta, poi, molta fatica; occorre un notevole impegno. L'impegno è quello di fermarsi, alla fine di un articolo o di un servizio Tv o di un post su Facebook, e chiedersi: "Ho usato i giusti toni e le giuste parole che comunicano senza offendere? Ho rispettato la persona che vi è dietro e oltre il velo degli accadimenti? Mi sono ricordato che saranno in centinaia di migliaia i lettori che giudicheranno gruppi e situazioni anche in base agli elementi forniti dal mio scritto? Ho contribuito a ridurre o ad accrescere l'entropia che è connaturata al nostro mondo, la tendenza all'aumento del disordine? Fra i temi possibili, ho scelto quelli più vicini ai lettori e ai soggetti meno tutelati, o mi sono seduto al banchetto dei potenti?".

Si è già detto che i *mass media hanno un compito educativo*, oltre che informativo. I mass media svolgono infatti un ruolo importante come "agenzia educativa extrascolastica", potendo fornire anche le "competenze interculturali" (Portera, a cura di, 2013) necessarie a vivere in una società pluralistica. Per questo, nel trattare dei nuclei familiari "multiculturali", Portera (2004, pp.215 e segg.) parla di "educazione interculturale ai media e con in media in famiglia". Come osserva Gennari (1986, p.150), "la comunicazione massmediatica non è che una faccia del grande poliedro entro cui si disvela la comunicazione sociale"; di qui l'impegno affinché i media riescano a produrre valori culturali. Perché ignorare il problema di un giornalismo che è comunque "educativo" (o diseducativo, a seconda dei casi), che lo si voglia o meno?

"Che vi sia *un magistero dei media*, quanto meno nel senso di una potenza comunicativa e persuasiva sconosciute nel passato, e che vi sia anche, nella specificità dell'impatto mediale un'importante implicazione – come spesso e forse troppo enfaticamente si è sottolineato – di ripensamento e di revisione dello statuto dei 'saperi', è un dato, più ancora che uno spunto di sia pur opportune e acute interpretazioni. Ma ciò che può valer la pena di considerare più dappresso è il sistema di ambivalenze talvolta sconcertanti che il multiforme magistero della medianità evoca ad una riflessione che appena voglia tener conto di categorie concettuali e storiche fondamentali, e ben lungi dal poter essere dichiarate obsolete o scadute. È sorprendente la pigrizia

concettuale con cui si è affrontata talvolta la questione dei media” (Granese, 2003, p.357).

In un contesto multiculturale, qual è quello in cui viviamo, i mass media, proprio per l’importante influenza che esercitano sui suoi destinatari, hanno il compito di promuovere le relazioni interculturali. Si tratta di relazioni, rileva Garcea (1996, p.195), che “coinvolgono diverse visioni del mondo, spesso opposte tra di loro; implicano atteggiamenti di empatia e di sensibilità; richiedono l’abilità di saper interpretare i segnali degli altri; coinvolgono processi di adattamento e di apprendimento; comportano azioni combinate e collaborazione, che producono un risultato totale maggiore della somma dei singoli risultati; si prefiggono di trovare una soluzione integrata; presuppongono la comprensione della controparte per essere funzionali; non rappresentano un compromesso, dal momento che non prevedono perdita o rinuncia di forze attive”.

Il Giornalismo interculturale si pone su questa strada e punta a favorire un processo di adattamento culturale fra persone di differente cultura, cioè “un complesso di attività cognitive e comportamentali che influenzano sia la nostra esistenza nella cultura in cui siamo nati, sia le occasioni di contatto con le altre culture, come ad esempio durante i soggiorni all’estero. L’adattamento culturale rappresenta un’acquisizione intellettuale che si completa nel momento in cui registriamo nella nostra mente l’esistenza di mondi diversi dal nostro, e li rispettiamo per mezzo del nostro comportamento” (Garcea, 1996, p.190). Questo processo viene favorito da diversi elementi: il rispetto delle persone che si comportano diversamente da noi, la capacità di relazionarsi con esse, la tolleranza dell’ambiguità, l’astensione dai giudizi, l’empatia, la capacità di elaborare ed esprimere riflessioni personali, la disposizione a conoscere e capire gli altri.

Vi possiamo aggiungere anche lo sviluppo di un atteggiamento di *etnorelativismo*: “Esso non presuppone un accordo etico con tutte le differenze, né impone che si neghi la preferenza verso una data visione del mondo. Infatti, non si deve confondere l’adattamento con la negazione della propria dignità e della propria identità culturale. Adattarsi non significa rinunciare ai propri valori e sottomettersi a quelli degli altri. Significa invece integrarsi, difendendo la propria specificità culturale” (Garcea, 1996, p.191).

2. La parzialità di un giornalismo multiculturale o di un giornalismo etnocentrico

Restare fermi a un giornalismo etnocentrico, a difesa di una non ben compresa “identità” religiosa, valoriale o nazionale immutabile, non ha senso. Come abbiamo visto nella parte di questo testo dedicata ai concetti di cultura e identità, ci dobbiamo confrontare con processi che sono intrinsecamente dinamici; ben lontani da feticci o situazioni immobili. Il giornalismo deve quindi essere espressione di questa società in movimento che, senza rinunciare alla propria storia e ai propri valori, si misura con le sfide della globalizzazione e dell’alterità. Il giornalismo si deve assumere il compito impegnativo di raccontare e interpretare fatti, eventi e situazioni che vedono coinvolte persone di differente orientamento culturale e religioso. Nessuna “resa”, si badi bene, a un relativismo male inteso; semmai la consapevolezza che il giornalismo e la comunicazione – professioni strutturalmente in continuo cambiamento – debbono sapersi rapportare con una società complessa, che richiede competenze e capacità di lettura avanzate rispetto al passato.

Consapevolezza degli stereotipi e dei pregiudizi, apertura alla novità, studio e formazione, curiosità per ciò che è diverso, conoscenza delle difficoltà e dei meccanismi della comunicazione (interpersonale e di massa): sono questi alcuni degli strumenti per un giornalismo e una comunicazione che sappiano rapportarsi con una società pluralistica. Non si tratta di applicare soltanto alcune “ricette interculturali”, ma di acquisire una nuova *forma mentis* e un atteggiamento anche affettivo ed emotivo di apertura alla conoscenza e al rispetto dell’Altro.

La comunicazione è fatta di tecniche, di processi, di passaggi di tipo cognitivo, sociale e relazionale; ma è fatta anche di sentimenti, di emozioni, di stati d’animo che non sono affatto secondari nel determinare l’esito dei risultati comunicativi. Un comunicatore, un giornalista, un esperto di webmarketing non può ignorare questi aspetti, se vuole che il suo lavoro produca risultati all’altezza della sfida che una società complessa e globalizzata ci pone di fronte ogni giorno. Vi è certo un livello di stress e di fatica maggiore, ma sono maggiori anche le opportunità e le soddisfazioni che il comunicare e il fare giornalismo in una società pluralistica possono dare.

I limiti del multiculturalismo nell’informazione. In una società pluralistica, un giornalismo il quale si fermi a un approccio “multiculturale”, compie un passo in avanti rispetto alle

chiusure etnocentriche, ma di fatto si limita a registrare la presenza di persone di differente cultura: assume un atteggiamento di tolleranza e talvolta di rispetto, evitando la criminalizzazione del diverso, come sottolinea Corte (2006) nelle conclusioni della sua ricerca sui mass media multiculturali. Si tratta di un giornalismo attento a rappresentare nel notiziario la struttura composita della società: riserva un certo spazio alle varie "culture"; in alcuni casi prevede nelle redazioni dei giornali una quota di posti riservati alle "etnie" più rappresentative; può decidere di lasciare ai cittadini immigrati ambiti nei quali essi si possano esprimere; propone rubriche destinate a questa o quella nazionalità; nel trattare delle notizie dall'estero tiene bene in chiaro la presenza di lettori/ascoltatori di differente nazionalità.

Perché definiamo quel giornalismo come "multiculturale" e lo distinguiamo dal giornalismo "interculturale"? La ragione – per usare un'espressione di Portera (1997, p.192) – è che si tratta di un giornalismo descrittivo il quale si riferisce a una "convivenza, più o meno pacifica, gli uni accanto agli altri (tipo 'condominio'), di persone provenienti da culture diverse". Il giornalismo "multiculturale" è di certo un passo in avanti rispetto a una stampa italiana che si accorge dell'immigrazione, delle persone di differente cultura, solo quando esse si fanno "emergenza", problema; oppure quando i migranti sono coinvolti in atti illegali (sbarchi, delitti) o sono oggetto di "storie strappalacrime", come si può rilevare in Corte (2002, p.117 e segg.).

A conclusione dell'analisi dell'informazione sugli immigrati, con i programmi a loro dedicati da stampa e Tv, Gabellieri (2003, p.261 e segg.) osserva: "Nonostante i difetti e le debolezze che abbiamo esaminato, però, l'offerta mediale multiculturale censita costituisce un elemento importante di prima accoglienza per gli immigrati e può costituire un passo timido ma importante verso la costruzione di una società polifonica, in cui le diverse nazionalità hanno pari diritto di cittadinanza. Che siano i cittadini stranieri ad attivarsi o quelli italiani, singoli od associati, ciò che conta è lo sforzo testimoniato di dar voce alle diversità, anche semplicemente arricchendo il nostro panorama culturale di lingue, sapori e suoni diversi dai nostri. C'è da dire, però, che l'attivismo movimentista e il volontarismo solidaristico caratterizzanti oggi la produzione per gli immigrati, pur avendo avuto un ruolo di 'avanguardia', non possono essere sufficienti a promuovere politiche di convivenza e di integrazione nel mantenimento delle diversità".

La proposta di offrire occasioni di “realizzazione professionale”, e quella di prevedere possibilità di lavoro nelle redazioni per giornalisti di origine straniera, possono essere considerate importanti; si tratta purtuttavia di interventi parziali. Così come scelta necessaria ma non sufficiente è quella di fare dei cittadini immigrati “non solo l’oggetto della notizia, ma piuttosto un pubblico di riferimento, capace di attivare un mercato e di diventare esso stesso promotore, creatore e attore dei programmi informativi” (Gabellieri, 2003, p.271).

Un esempio di “approccio multiculturale” nei media radio-televisivi viene dalla Gran Bretagna, che assieme a Germania e Francia è tra i Paesi europei con una più lunga tradizione di immigrazione e di società pluralistica: “La politica multiculturale dei media britannici si colloca nel quadro di una articolata legislazione a tutela delle minoranze volta a combattere la discriminazione razziale e ad assicurare un’attenzione e rappresentanza adeguate della composizione etnica della società britannica negli ambienti di lavoro, nel campo dei servizi e dei media” (Mauri e altri, 1999, p.148).

A seguito di questo approccio “multiculturale”, i media britannici si sono dotati di una politica di tutela e di garanzia della rappresentanza delle altre culture: si va dall’applicazione di codici deontologici alla redazione di palinsesti in cui sono previsti spazi per le minoranze etniche e presenze di minoranze etniche in programmi generalisti; dalla politica delle pari opportunità per “gruppi svantaggiati” a corsi di “formazione alla diversità” per gli addetti alla selezione e alla gestione del personale, per i produttori, gli autori e i conduttori dei programmi; per concludere con l’ethnic monitoring. Quest’ultimo “consente di verificare in modo periodico il grado di integrazione raggiunto all’interno dell’emittente, attingendo a un database costantemente aggiornato che permette di constatare la percentuale di appartenenti a minoranze ad ogni livello dell’organigramma, la loro posizione, i tempi di avanzamento delle loro carriere e in generale tutti gli elementi che rendono possibile una verifica dell’assenza di dinamiche discriminatorie” (Mauri e altri, 1999, p.150).

In pratica, si vuole assicurare che il “condominio informativo multiculturale” dia espressione ed opportunità eguali a tutti i soggetti delle diverse etnie; che la “vita condominiale multiculturale” si svolga senza discriminazioni, senza tensioni, senza esclusioni e nel rispetto delle diversità. Di relazione, di interre-

lazione, di “media interculturali” non si parla. Un approccio di questo genere, secondo l’ottica interculturale, mostra dei limiti: come in un condominio, i differenti gruppi sociali sono lasciati crescere, vivere, operare senza una relazione autentica, senza uno scambio dove ciascuno mette in gioco una parte di sé stesso. L’approccio interculturale – anche nel giornalismo e nell’attività di comunicazione sociale e pubblica in genere – non mette a rischio l’identità, non nega la cultura e la diversità. Esso evita di discriminare il diverso; di considerare l’identità e la cultura come qualche cosa di statico, di immutabile, di imm modificabile. Proprio dalla coscienza profonda della dinamicità insita in ogni identità, in ogni cultura, discende nel “giornalista interculturale” il rifiuto del pregiudizio, della visione stereotipata, della rappresentazione immobile e mai cangiante dell’Altro. In questo, la scelta interculturale travalica, supera e approfondisce quanto la posizione multiculturale ha posto: sia nelle relazioni interpersonali che nella rappresentazione mediale.

3. Il Giornalismo interculturale: i fondamenti teorici e i riferimenti etici

Nel proporre alcune riflessioni per un “Giornalismo interculturale” – che vada oltre l’approccio del “multiculturalismo mediale” e oltre le chiusure di un “giornalismo etnocentrico” – vogliamo partire e poi muoverci nell’orizzonte teorico della Pedagogia interculturale, così come si è venuto elaborando negli studi e nelle ricerche di cui abbiamo dato conto nella prima parte di questo testo.

Secco (1992, p.35) afferma che “sembra più giusto fondare la Pedagogia interculturale sull’essere dell’uomo, su quanto emana dalla sua natura, e poi modulare il contingente (tra cui i rapporti tra culture) sulle funzioni che esso può svolgere a vantaggio di una migliore affermazione della propria umanità sia in sé, sia in rapporto con gli altri”. Sottolinea poi (1992, p.43) che “l’intercultura in sé e per sé non esiste; esistono i rapporti tra persone appartenenti a diverse culture; è su questi che occorre fermare l’attenzione. Mettersi in rapporto a pari significa rinunciare ad una dominanza e alla concezione universalistica della propria cultura”. Per l’approfondimento delle Pedagogia interculturale rinviando alle pagine dedicate, in questo testo, a questa

disciplina e alle produzioni scientifiche di Secco, Portera, Frabboni, Santerini e di altri studiosi indicati in bibliografia.

Venendo ai mass media, possiamo affermare che il “Giornalismo interculturale” – per riprendere Portera (in Secco-Portera, 1999, p.24 e segg.) – deve essere il luogo del rispetto dei sentimenti, della comprensione, dell’ascolto di quanto la realtà (la cronaca) ci racconta, del dialogo con (e tra) le differenti culture; un luogo dove si fa anche educazione al pluralismo, alla legalità e alla pace. L’uso sui giornali di un lessico militaresco e violento nella presentazione dell’immigrazione in Italia, dello sbarco dei cosiddetti “clandestini”, dei quartieri e delle problematiche legate alla presenza di cittadini immigrati (“invasione”, “allarme”, “emergenza”), è un esempio di educazione al rifiuto, allo scontro con il “diverso”. La stessa stampa può invece svolgere un ruolo contrario, positivo: può dare una lettura e un’interpretazione della realtà della cronaca non per colorarla di rosa, negando le tensioni e i problemi che i movimenti migratori comportano, ma spiegando quali sono le risorse, le opportunità, i vantaggi, gli arricchimenti che una situazione multiculturale porta con sé e favorisce.

Si educa alla pace ma anche al conflitto, osserva Portera (1999, p.216); si educa al dialogo ma anche alla legalità. Non si chiede e non si ha bisogno di un giornalismo che “nasconda” le notizie scomode; di un giornalismo che a seconda dei governi esalti e dramatizzi, o minimizzi e nasconda gli sbarchi di soggetti irregolari e la criminalità di origine straniera. Vi è bisogno di un giornalismo che sappia comprendere, valutare, fotografare e presentare la complessità di una società multiculturale, con i suoi problemi e le sue risorse; il tutto con quell’approccio interculturale che va al di là non solo delle discriminazioni verso l’Altro, verso le altre culture, ma che va anche al di là del “multiculturalismo”, della logica della buona convivenza da “condominio multiculturale”.

In sintesi, possiamo affermare che il Giornalismo interculturale ha come orizzonte teoretico le acquisizioni della Pedagogia interculturale; e ha come indicazioni concrete quelle che emergono dall’attività di Educazione interculturale. Le fondamenta si saldano con quelle del giornalismo tout-court, là dove la legge del 3 febbraio 1963, numero 69, “Ordinamento della professione di giornalista”, sotto la voce “diritti e doveri”, così recita: “È diritto insopprimibile dei giornalisti la libertà di informazione e di critica, limitata dall’osservanza delle norme di

legge dettate a tutela della personalità altrui ed è loro obbligo inderogabile il rispetto della verità sostanziale dei fatti, osservare sempre i doveri imposti dalla lealtà e dalla buona fede”.

Mentre la Risoluzione del Consiglio d'Europa, numero 1003, dell'1 settembre 1993 relativa all'Etica del Giornalismo, alla voce “Situazioni di conflitto ed ipotesi di tutela speciale”, afferma: “La società vive talvolta situazioni di conflitto e tensione originate dalla pressione di fattori quali terrorismo, discriminazione di minoranze, xenofobia o guerra. In tali circostanze, i mezzi di comunicazione sociale hanno l'obbligo morale di difendere i valori della democrazia: rispetto della dignità umana e ricerca di soluzioni con metodi pacifici e in uno spirito di tolleranza. Essi devono, di conseguenza, opporsi alla violenza e al linguaggio odioso e intollerante, rifiutando ogni discriminazione basata sulla cultura, sul sesso o la religione”.

La “Carta dei Doveri del Giornalista”, dell'8 luglio 1993, stipulata tra Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti e Federazione Nazionale della Stampa Italiana, nel capitolo sui principi afferma che “il giornalista ha il dovere fondamentale di rispettare la persona, la sua dignità e il suo diritto alla riservatezza e non discrimina mai nessuno per la sua razza, religione, sesso, condizioni fisiche o mentali, opinioni politiche”. La Carta dei Doveri del Giornalista conclude affermando che “il giornalista si impegna comunque ad usare il massimo rispetto nei confronti dei soggetti di cronaca che per ragioni sociali, economiche o culturali hanno minori strumenti di autotutela”.

Il Codice di deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica (ai sensi della legge 675/1996), emanato il 29 luglio 1998, all'articolo 9 sulla “tutela del diritto alla non discriminazione” così recita: “Nell'esercitare il diritto-dovere di cronaca, il giornalista è tenuto a rispettare i diritti della persona alla non discriminazione per razza, religione, opinioni politiche, sesso, condizioni personali, fisiche o mentali”. Un obbligo, questo, che un “giornalismo interculturale” pone come uno dei pilastri del proprio operare.

Nel trattare della “sinergia interculturale”, Garcea (1996, p.195) spiega che le relazioni interculturali – nel combinare i contributi che provengono da culture diverse per realizzare un unico scopo – rappresentano un processo dinamico; coinvolgono diverse visioni del mondo, spesso opposte tra di loro; implicano atteggiamenti di empatia e di sensibilità; richiedono l'abilità di saper interpretare i segnali degli altri; coinvolgono pro-

cessi di adattamento e di apprendimento; comportano azioni combinate e collaborazione, che producono un risultato totale maggiore della somma dei singoli risultati; si prefiggono di trovare una soluzione integrata; presuppongono la comprensione della controparte per essere funzionali; non rappresentano un compromesso, dal momento che non prevedono una perdita o rinuncia di forze attive.

Gli obiettivi della formazione e dell'educazione interculturale si pongono quindi di suscitare una reale motivazione ad incontrare persone di culture diverse. Sono gli stessi obiettivi a cui deve tendere un giornalismo che voglia porsi da ponte, da "mediatore informativo" fra una realtà multiculturale e lettori/ascoltatori che hanno necessità di imparare gli strumenti per capire quella realtà e con essa interagire. "Tra i numerosi benefici della sinergia interculturale", conclude Garcea (1996, p.196), "si devono considerare i principali cambiamenti nel modo di pensare, nei sentimenti e nei comportamenti. Il modo di pensare può acquisire una maggiore comprensione degli stranieri, una diminuzione dell'uso di stereotipi negativi, uno sviluppo di una concezione più complessa delle altre culture, una maggiore attenzione agli eventi mondiali, insieme a una maggiore conoscenza della propria cultura".

Del Giornalismo interculturale – rispetto a un approccio "multiculturale" – possiamo dire quanto Garcea (1996, p.198) afferma della comunicazione interculturale: "L'obiettivo della comunicazione interculturale è raddoppiato rispetto a quelle società multiculturali. Infatti, mentre il multiculturalismo rappresenta la compresenza e il rispetto dell'esistenza di una molteplicità di culture, l'interculturalismo va oltre l'atteggiamento multiculturale e si propone l'elaborazione di una storia comune, che si aggiunge alla storia personale e della cultura specifica di ognuno".

4. Il Giornalismo interculturale: le esperienze di studio e di ricerca all'estero

In ambito internazionale è cresciuto negli anni il numero di studiosi – sovente giornalisti impegnati anche come docenti universitari – che si occupano di "Giornalismo interculturale". Il padre dell'*Intercultural Journalism* è Kenneth Starck, giornalista e docente di Giornalismo interculturale e Comunicazione

internazionale all'Università dello Iowa, che ha segnato un vero e proprio atto di fondazione dell'Intercultural Journalism con il breve saggio "The case for Intercultural Journalism", pubblicato dall'*Australian Journalism Review* (1994, volume 16, pp.11-24). Starck ha avuto il merito di sensibilizzare i giornalisti su quanto la cultura possa influenzare il loro lavoro.

La natura pubblica del giornalismo, sostiene Starck, rappresenta il terreno d'incontro per molte altre discipline: certamente l'Educazione interculturale e la Pedagogia possono arricchire il Giornalismo interculturale, così come molte idee possono essere offerte dall'Antropologia. I corsi di Intercultural Journalism di Starck, come ci ha spiegato lui stesso, hanno tre obiettivi: sviluppare ed estendere le abilità e competenze legate all'attività di raccolta e di stesura delle notizie (reporting and writing skills); formare le abilità critiche dei futuri giornalisti ed espandere gli orizzonti interculturali degli stessi. Il corso cerca di raggiungere questi obiettivi mettendo a fuoco l'attività giornalistica su una precisa area di interesse riferita ai resoconti sulle questioni interculturali, con una forte sollecitazione verso le abilità di ricerca e di dialogo e di scoperta interculturale nei più diversi campi. Il corso di Starck viene condotto come un workshop, con letture, discussioni, assegnazioni di incarichi di tipo giornalistico e condivisione di esperienze e di ricerche sulla raccolta delle notizie, la tecnica di scrittura, la pianificazione e l'analisi di temi che hanno a che fare con la diversità culturale. Dove per cultura, precisa Starck, s'intende in modo generale la "way of life", ovvero lo stile, il modo di vivere.

El Periodismo intercultural. In ambito europeo, in Spagna opera Estrella Israel Garzon che con i suoi studi, la sua attività di insegnamento alla Universidad Cardinal Herrera di Valencia e il suo lavoro di giornalista, si occupa di "Periodismo Intercultural". Israel Garzon (2001, p.163) sottolinea la necessità del Giornalismo interculturale nella misura in cui noi viviamo in una società pluralistica: "Su necesidad es evidente en la medida en que nos encontramos y vivimos en sociedades multiculturales o pluriculturales". Comunicare la diversità, osserva Israel Garzon, è un processo complesso, perché richiede soprattutto la volontà di interagire con gli altri e di superare i pregiudizi e gli stereotipi. Oltre alle variabili più evidenti ed esplicite legate alla diversità (colore della pelle, linguaggio), ad influire sul processo comunicativo tra persone di differente cultura vi è tutto il mondo della comunicazione non verbale, fino alle nozioni di

spazio e di tempo che mutano al variare delle situazioni culturali. È importante, allora, conoscere le variabili concettuali che interagiscono nel processo comunicativo, come ad esempio l'esperienza che possono avere in comune l'emittente e il ricevente di un certo messaggio. Un terzo aspetto è quello dei "rumori interculturali" ("ruidos interculturales"), che si manifestano in distorsioni, in temi e connotazioni negative quando non coincidono con la cultura dominante di chi comunica; così come possono prodursi a causa del disconoscimento dell'Altro o per ragioni legate alla situazione.

L'etichettatura del "diverso" – per classe, genere, condizione psicologica o sociale – può influire in modo considerevole nel "rumore interculturale", che non consente di ascoltare e di comprendere in modo adeguato quanto l'Altro diverso da noi dice e fa. Nello spiegare il concetto di "rumori interculturali" – interferenze nei processi di comunicazione – riferiti ai mezzi di comunicazione di massa, Israel Garzon (2001, p.164) distingue due livelli: un livello "macro", che appartiene alla struttura internazionale della comunicazione; e un livello "micro", che abbraccia la rappresentazione che i media danno dell'Altro, dei diversi.

Israel Garzon (2001, *ivi*) fa notare che "en el ejercicio periodístico, los ruidos interculturales aparecen con mayor frecuencia en dos áreas: la conceptualización-nominación-denominación de los diferentes y la tematización, con campos de asociación como desviación y negatividad". Come si è visto trattando dei risultati delle ricerche sull'immagine dell'immigrazione nei media italiani, l'etichettatura della diversità, la tematizzazione dell'Altro diverso e l'associare lo "straniero" alla devianza e all'insicurezza portano a fornire un quadro informativo intessuto di fraintendimenti, pregiudizi, stereotipi, errori (tutti "rumori interculturali", per usare la felice espressione della giornalista e studiosa spagnola).

Vi sono poi ulteriori aspetti, che Israel Garzon evidenzia. Uno di questi è il considerare il contesto entro cui avviene la produzione massmediale sui soggetti di differente cultura, sui gruppi minoritari, ma oltre al contesto anche la stesura e la composizione dei testi, i protagonisti e le fonti che compaiono nel racconto giornalistico. Senza contare poi gli effetti di spettacolarizzazione e di drammatizzazione dell'informazione che producono i resoconti delle forze dell'ordine.

“El periodismo intercultural es una necesidad de las sociedades que pretenden vivir en un modelo democrático participativo, en el que aparezca como valor la interculturalidad”, osserva Israel Garzon (2001, p.165) che arriva a formulare due proposte o, meglio, due “necessità”: che nei codici di stile e di comportamento delle redazioni vi sia compreso in maniera concreta il codice deontologico condiviso dei giornalisti con riguardo al trattamento informativo dei gruppi minoritari, dei “diversi” (lo straniero, la donna, il gay, il tossicodipendente, il povero e via dicendo); che nei curricula dei corsi universitari di Scienze della Comunicazione vi siano contenuti che portino a riflettere sull’interculturalismo e su un “periodismo” sensibile al pluralismo e ad una società multiculturale.

Quello di Israel Garzon è insomma un impegno per trovare formule utili a promuovere il Giornalismo interculturale, che rappresenta una scommessa, una sfida per la nascita di un giornalismo di qualità in un mondo complesso ed articolato, in cui l’interculturalità come modello, come guida, si configura quale necessità impellente. Comunicare la differenza è un’operazione complicata, soprattutto perché richiede una particolare disponibilità all’interazione e il superamento di pregiudizi e stereotipi. Per questi motivi emerge la necessità di introdurre una chiave di lettura interculturale nel giornalismo, perché l’apertura è d’obbligo per arrivare a comprendere le basi culturali degli altri popoli e per non creare un’atmosfera rigida che rinforzi e trasmetta stereotipi e luoghi comuni. In particolar modo, i mezzi di comunicazione devono evitare l’elaborazione di immagini non veritiere, offensive o inappropriate nei confronti delle altre culture: la comunicazione interculturale può aiutare a contribuire alla creazione di un’atmosfera promotrice di cooperazione e comprensione verso l’Altro.

C’è bisogno di una comunicazione che possieda caratteristiche particolari, quali la sensibilità verso le differenze culturali, il rispetto per il diverso, la tolleranza nei confronti di scelte o comportamenti che si discostano da quello che si considera “normale” o “giusto”, flessibilità e disponibilità al cambiamento, caratteristiche che le permettano di realizzare tale funzione. Che la nostra sia una realtà multiculturale, è un dato di fatto, un punto di partenza; il passo successivo da fare è favorire ed applicare la logica interculturale e capire che la differenza non è una minaccia, ma un talento da usare, una risorsa, perché anche solo conoscere le “culture altre” è un atto di comunicazione.

Il giornalista americano Stephen Magagnini, vincitore di molti premi giornalistici per i suoi articoli sui gruppi etnici e docente alla prestigiosa Columbia School of Journalism di New York, ha stilato una serie di “massime” da seguire per evitare “le solite trappole dei media” quando si scrive misurandosi con la “diversità” etnica e culturale.

Un giornalismo attento alla diversità culturale. Ecco alcuni consigli di Magagnini, tratti da una traduzione di Paolo Dal Ben, giornalista professionista del quotidiano *L'Arena* e docente a contratto all'Università degli Studi di Verona: a) ricorda, devi fare un lungo viaggio, le storie significative si presentano da sole, nell'*ascolto della gente*. – b) *tratta la gente* nel modo in cui tu vuoi essere trattato: *come individui e con rispetto*. Chiedi alle persone come vogliono essere descritte. – c) *non generalizzare* quando parli di gruppi etnici. – d) racconta sempre la storia attraverso le *voci della gente* che appartiene al gruppo di cui parli. Assicurati sempre che sia rappresentata la maggior parte dei punti di vista. – e) controlla sempre che *le tue fonti siano credibili e affidabili*. Le fonti tendono ad essere molto più candide e sicure di sé nel proprio gruppo di appartenenza; nessuno così li accuserà di razzismo e bigottismo. – f) lascia che i tuoi interlocutori, le tue fonti, ricoprano il ruolo del tuo capo al giornale. Io chiedo spesso a loro: se tu scrivessi questo articolo o storia riguardo a..., quale sarebbe il titolo? Chi è d'accordo con te? A chi non piaci? O cosa veramente ti dà fastidio riguardo al modo in cui i rappresentanti del tuo gruppo etnico sono stati descritti dai media? Quali aspetti e storie su di voi ti piacerebbe leggere? – g) *sii consapevole delle differenze culturali*. – h) spesso ci sono diversi punti di vista all'interno dei uno stesso gruppo etnico. *Assicurati di aver sentito diversi pareri*. – i) *immergiti nella cultura*. Partecipa ai loro usi e costumi. – l) vai ai loro incontri per creare contatti, ma *non permettere che gli eventi influenzino troppo il tuo modo di scrivere* l'articolo. Spesso in passato si mettevano due diverse etnie in un unico articolo che riguardava una simile celebrazione. No, ora le differenze vanno sottolineate. – m) *sii attivo, non re-attivo*. Racconta cioè storie che portino dentro un contesto e un retroterra prima di tutto. – n) *cerca di evitare due trappole* in cui spesso cadono i media: “le minoranze della settimana”. Scrivere cioè sulle minoranze etniche giusto perché hai una rubrica fissa e bisogna farlo; o scrivere su particolari gruppi etnici solo quando c'è un problema (violenza nei quartieri). Certamente quelle sono notizie da dare ma devo-

no avere un contesto e devono essere accompagnate da altri articoli in cui si evidenziano anche altri aspetti di quel quartiere o di quella comunità etnica. – o) se tu non puoi risolvere il problema, non crearne altri di più gravi. Non fare mai un *servizio su un tema delicato e controverso* a meno che tu non abbia le cause del problema e una possibile soluzione. – p) *servizi o storie contestuali* e a sfondo storico fanno molto bene. Lo scopo è duplice: educare i lettori sui diversi gruppi etnici, perché sono qui, qual è l'origine dei loro problemi, e scrivere per i gruppi etnici in modo tale che abbiano una percezione viva della loro storia.

I consigli del giornalista americano Magagnino non sono acquisibili e praticabili solo con la ragione ma anche con il cuore, con l'anima. Avere un'ottima padronanza della lingua italiana, e conoscere le regole della professione giornalistica e comunicativa, sono infatti condizioni necessarie ma non sufficienti per praticare del buon giornalismo, della buona comunicazione o del buon digital marketing.

5. Il Giornalismo interculturale: un diverso orizzonte per i media

Il giornale è un mezzo per mettere in relazione il lettore con il contesto entro cui vive e con il flusso di comunicazione che percorre una società pluralistica e complessa. Il lettore necessita di una chiave interpretativa di quanto gli accade vicino, nella comunità di appartenenza, ma anche di quanto succede lontano da lui e su di lui ha un riflesso diretto sul piano pratico (economico, sociale, esistenziale) e/o su quello simbolico.

Per far fronte a quest'esigenza, Barbano (2003, pp.68-70) presenta tre osservazioni: a) la notizia esiste in funzione dei bisogni di una comunità, per cui occorre sostituire i criteri di notiziabilità di un tempo con la relazione di scambio che si instaura tra l'identità di un giornale e le domande dei suoi lettori, con un continuo affinamento delle competenze professionali dei giornalisti e un continuo esercizio della dialettica redazionale; b) va rispettato il contesto dal quale la notizia viene estratta, quel fascio di relazioni, di codici semantici, di riferimenti morali ed estetici che prima di arrivare alla dimensione mediatica sono ancora strutturalmente tutt'uno con il fatto, questo per evitare che un fatto isolato in modo acritico dal suo contesto divenga

un qualcosa di molto diverso grazie al rimbalzo mediale fra questo e quell'altro giornale, radio, Tv che lo fanno vivere di vita propria spettacolarizzandolo, gonfiandolo, drammatizzandolo e porgendolo al lettore come qualcosa di reale e di vero mentre della rappresentazione della realtà non ha più nulla, ma ne è semmai la caricatura; c) la dimensione del "quotidiano" va ripensata con un ribaltamento temporale dell'agenda redazionale del giornale, di modo che i fatti facciano parte delle cronache giornalistiche solo se hanno la capacità di proiettarsi nel presente e nel futuro di una società, questo non per rinunciare al passato e alla storia, ma per ancorarli alla memoria della comunità a cui il quotidiano parla e al progetto professionale che rappresenta il contratto attraverso cui si regola il rapporto tra i media e i lettori.

Barbano (2003, p.70), nel proporre una "rivoluzione culturale" nelle redazioni, richiama la necessità di una revisione organizzativa dei media: uno svecchiamento delle redazioni, la parcellizzazione del lavoro in piccoli gruppi e, soprattutto, la frantumazione della vecchia agenda-setting in un progetto di idee affluenti dal contatto diretto dei giornalisti con la società che rappresentano. Loporcaro (2005, p.197), dopo aver analizzato la "retorica senza lumi" del giornalismo italiano che trova radici e sostentamento nel predominio della Tv sull'informazione nel nostro Paese, suggerisce di smetterla con la confusione fra notizie e fiction, con i toni lacrimevoli delle interviste televisive, di bandire i "pianisti da studio" che suonano la musica scritta dai potenti e di vietare l'impiego del gergo della delinquenza nei servizi del Tg.

Dei telegiornali, Loporcaro (2005, p.146) denuncia la "miscela esplosiva" data dalla convergenza fra due strategie: l'immedesimazione fra narratore (il giornalista) e spettatore, attraverso l'uso del "noi" nella confezione dei servizi giornalistici; e l'immedesimazione fra narratore e oggetto della narrazione (i fatti), rinunciando ad una presa di distanza che garantirebbe il telespettatore da un'acritica adesione ai fatti. Il telegiornale, scrive Lo porcaro, "si fa interno ai differenti oggetti del mondo di cui discorre mostrando con ciò che l'atteggiamento e il giudizio che prescrive è in realtà quello di non avere nessun atteggiamento e nessun giudizio. Nessun giudizio, almeno, che non sia già dato a priori, che vada elaborato, di fronte all'oggetto-notizia, in base ad una qualsivoglia prospettiva, poiché quest'ultima richiederebbe una distanza che il Tg programmaticamente

elimina. Il mondo è così (come il Tg lo mostra) e così dev'essere". Manca, quindi, un'azione critica del giornalista, una presa di distanza dai fatti che – nel caso di personaggi di un certo grado – è anche presa di distanza dal potere politico ed economico.

Vogliamo qui ricordare il "percorso di comprensione interculturale" in chiave pedagogica che propone Santerini (2003, pp.92 e segg.). Proprio per il ruolo dei mass media nella costruzione di una convivenza duratura e pacifica, è utile richiamare i momenti fondamentali della relazione interculturale, vista in un'ottica massmediale. Il primo momento indicato da Santerini è l'educare all'ospitalità, intesa come apertura dei propri luoghi e per far spazio all'Altro, scoprendo la differenza e rispettando la libertà e la diversità altrui, senza trasformarlo in nemico. È quanto la stampa può fare, ad esempio, con un linguaggio che non sia escludente verso i migranti e le persone di religione e cultura diverse dall'autoctona.

Il secondo momento è l'imparare l'arte dell'interpretazione e della traduzione, uscendo dal proprio etnocentrismo, attraverso un decentramento che porta a scoprire la dimensione individuale e soggettiva di ogni cultura. È così che i mass media possono cambiare l'attuale registro narrativo e rappresentativo che li vede rappresentare i migranti come "massa grigia e indistinta" e i soggetti solo nel quadro della loro nazionalità o appartenenza religiosa ("i marocchini", "gli islamici"). In questo modo si comprende l'estraneo e lo straniero, riducendo le differenze senza annullarle ma riportandole alla coscienza di una comune condizione umana. È di questo, del resto, che il pubblico ha bisogno e che chiede ai mass media: comprendere, capire l'estraneità e verificare che cosa vi è in comune.

Infine, Santerini parla – come ultimo momento – dell'educazione al riconoscimento, "attraverso la capacità di comunicare, di dialogare, di scambiare significati, accettando di confermare l'esistenza e l'importanza dell'Altro" (2003, p.94). I mass media – va sottolineato da parte nostra – possono contribuire a creare quello "spazio pubblico in cui dialogare e in cui realizzare l'integrazione sociale". Si lascia così l'illusione etnocentrica e l'arroganza, come invita a fare Santerini (2003, p.95), e si formano il cuore e la mente alla comprensione.

Da parte sua Portera (in Grant-Portera, 2011, p.13) ci ricorda le difficoltà che ci pone la vita in un contesto multiculturale, caratterizzato da globalizzazione, complessità e cambiamenti economici epocali. Portera ci ricorda come l'educazione inter-

culturale – di cui abbiamo visto in questo testo le caratteristiche – possa essere uno strumento formidabile. Allargandosi al ruolo educante e formativo che i media svolgono, sulle nuove e vecchie generazioni, possiamo pensare a un giornalismo e una comunicazione che facciano da “ponte” fra le persone di differenti cultura. Giornalismo e comunicazione possono creare relazioni, far conoscere situazioni, tradizioni, storie di vita, contribuire ad allacciare confronti e utili contaminazioni. Questo ruolo lo svolgono non sono nella popolazione autoctona, ma anche nei confronti dei cittadini stranieri (i “migranti”) che possono così sentirsi parte della comunità in cui vivono, proprio grazie ai media che li rappresentano e in cui si possono riconoscere. Del resto, la storia del giornalismo (si veda Bergamini, 2013) è una storia soprattutto del ruolo di “rappresentanza” che i media hanno avuto rispetto alle comunità e ai gruppi sociali.

Giornalismo e diversità culturale. Un giornalismo che voglia essere attento alla diversità culturale raccoglie la sfida educativa e – anziché presentare il fenomeno immigrazione con toni negativi, caratterizzandolo come invasione, emergenza, minaccia – cerca di cogliere, di comprendere e di presentare le opportunità, i vantaggi, gli arricchimenti che derivano dalla situazione multiculturale. Una situazione che, si è più volte ripetuto, non va però intesa come pacifica convivenza da “condominio multiculturale” (Portera, 1999, p.216). La posizione interculturale non è di accettazione acritica della diversità. Portera sottolinea, infatti, la necessità di “iniziare un comune percorso improntato non tanto all’accettazione ed al rispetto di stampo universalistico – purtroppo spesso sfociato nell’utopica esortazione del ‘vogliamooci tutti bene’ o ‘accettiamo tutti e tutto’ – bensì sulla possibilità di individuare i reali punti di differenza e di conflitto; imparando a gestire questi ultimi in maniera non violenta” (2002, pp.57-58). L’incontro con la diversità presuppone quindi che vengano resi stabili valori, interessi, limiti, regole e norme che dovranno essere condivisi da tutti, affinché venga rispettata la persona umana. I riferimenti necessari sono dunque quelli ai valori e alle regole, come spiega Portera (2002, pp.215-216) quando parla di *educazione interculturale come educazione alla legalità*.

Le persone manifestano il bisogno di sentirsi parte attiva della comunità in cui vivono, necessitano di regole chiare e condivise e di limiti affidabili su cui potersi orientare. In tal modo sarà possibile prevenire non solo il disagio e la criminali-

tà, ma anche aumentare il rispetto e la pace fra gli esseri umani. Saranno così incrementati l'accettazione, il riconoscimento, la comprensione profonda per la diversità e si porranno i presupposti per l'interazione, lo scambio, il dialogo non giudicante, il confronto paritetico fra persone provenienti da culture diverse. Questo comporta un giornalismo che fa informazione, che seleziona, elabora e presenta gli avvenimenti avendo come presupposti i valori, individuati da Essinger (in Secco, 1999: p.9), dell'*empatia* (per capire le persone portatrici di differenti culture, senza stereotipi e pregiudizi); della *solidarietà* (per formare una società più rispettosa della dignità della persona umana); del *rispetto interculturale*; del *superamento del pensiero nazionalistico* con le sue chiusure, fobie e deviazioni.

Il Giornalismo interculturale è anche disponibilità alla ricerca e al cambiamento in modo da offrire a lettori assetati di conoscenza le basi per capire la nuova realtà e per interagire con essa. Esso punta all'approfondimento, alla ricerca, all'indagine, al dibattito civile, alla promozione culturale per offrire una rappresentazione del fenomeno immigrazione e dei suoi protagonisti libera da generalizzazioni, stereotipi, pregiudizi e che eviti così ogni forma di discriminazione. Il giornalista interculturale deve dare prova di preparazione professionale e di responsabilità civile, sviluppando attenzione e consapevolezza per il contesto multiculturale in cui si trova a lavorare; considerando la differenza come un bene da tutelare e mettendo in atto un'autentica comprensione di fenomeni, problemi, persone, popoli appartenenti a culture diverse dalla propria.

Si tratta di una professionalità consapevole e rispettosa della diversità etnica; di una professionalità che comprende sia competenze tecniche, sia conoscenze specifiche e inoltre una particolare impostazione mentale aperta al dialogo, al confronto, allo scambio. È così che i mass media possono indirizzare in modo positivo, costruttivo e creativo, opinioni e sentimenti dei lettori verso l'"Altro", il "Diverso" e favorire un processo di conoscenza, integrazione e arricchimento reciproco fra persone portatrici di usi, costumi, lingue, tradizioni, religioni e valori differenti.

Succede invece che "le notizie riguardanti immigrati e immigrazione molto raramente occupano i 'piani alti' delle redazioni, ma sono trattati senza grande approfondimento o particolare attenzione, non solo da parte della gerarchia redazionale, ma dagli stessi cronisti. Si tratta in sostanza di comportamenti

abituale di fronte a notizie ordinarie” (Binotto, 2004, p.166). Passa anche attraverso queste scelte organizzative una forma di giornalismo escludente, incapace di comprendere, di spiegare e al contempo incomprensibile e disorientante rispetto al pubblico. È attraverso questo tipo di stampa che comincia l’esclusione sociale, la ghettizzazione, sino a forme di razzismo strisciante.

L’informazione è invece la risorsa basilare per assicurare a ciascuno una prima forma di inclusione sociale. Essa può essere considerata il primo elemento di cittadinanza. Soprattutto per i cittadini immigrati, spiega Gabellieri (2003, pp.262-263), “i media possono essere da un lato una risposta al disorientamento, al bisogno di informazioni, alla perdita di senso di identità e attaccamento alla terra d’origine, e dall’altro possono costituire una risorsa per il bisogno/desiderio di integrazione che passa dal coinvolgimento nella comunità locale, dall’apprendimento della lingua e dello stile di vita degli ospitanti”.

I mezzi di comunicazione di massa, grazie alla loro pervasiva presenza nella odierna società globalizzata e al loro ruolo di “scuola parallela”, assumono un’importanza fondamentale nell’attuale contesto pluriculturale e multietnico, in quanto possono sia favorire l’inserimento dei cittadini immigrati, sia educare i cittadini autoctoni a dialogare e a comprendere le culture “altre”. Ecco che il Giornalismo interculturale si impegna a valorizzare la presenza immigrata come risorsa per la società di accoglienza, favorendo la conoscenza, l’accettazione reciproca, l’integrazione e lo scambio fra culture diverse: obiettivi raggiungibili se si seguono i principi fondanti e le indicazioni della Pedagogia interculturale; se si acquisisce un nuovo atteggiamento culturale basato sul rispetto, sull’accoglienza, sul dialogo. Non dobbiamo dimenticare, poi, che in mass media aperti all’intercultura i cittadini di origine straniera possono trovare una forma positiva di rispecchiamento; una ragione in più per amare la nuova Patria dove vivono, per sentirsene parte attiva e costruttiva.

Vi è, inoltre, un aspetto di giustizia sociale nell’azione del Giornalismo interculturale. Nobre Correia (2005, p.469) afferma che ci avviamo verso una società duale anche in campo massmediale: da una parte la grande maggioranza della popolazione che fruirà di mass media gratuiti, fornitori di emozione e intrattenimento senza informazione aggiornata e di spessore su quanto accade nel mondo; dall’altra parte un’élite in grado di pagare per avere un’informazione che fornisca gli strumenti per

affrontare le difficoltà della vita e per conservare una posizione di privilegio nella società. Solo un giornalismo “diverso”, che non si rassegni alla profezia della sua “morte annunciata” (Nobre Correia, 2005, pp.459 e segg.), può lavorare per una società che non sia così ingiusta; e può affermare di non volersi arrendere alla discriminazione, allo sfruttamento, all’imbonimento ai danni di chi non ha potere economico e politico per alzare la voce e pretendere condizioni di vita e di comunicazione democratiche ed eguali per tutti.

Visione critica del mestiere di giornalista (ma anche del mestiere di comunicatore, di autore di fiction e prodotti multimediali), rigore professionale, uso riflessivo della tecnica giornalistica, rispetto dei codici deontologici e sensibilità umana: sono questi i pilastri del Giornalismo interculturale e della Comunicazione interculturale nei media. Su questo fronte si gioca la battaglia per avere professionisti dell’informazione e della comunicazione – già in servizio o in procinto di entrarvi – capaci di cogliere le sfide di una società pluralistica, complessa, multiculturale e multireligiosa. Già dalle aule universitarie, come rileva anche Lind (2003, p.72), può realizzarsi un insegnamento che porta i giovani a vedere i media sotto una luce interamente diversa. Mentre Kellner (2003, p.10) sottolinea che i “cultural studies” forniscono gli strumenti per leggere e interpretare in modo critico la cultura di ciascuno.

Il riuscire a suscitare il dubbio fra le certezze stereotipate e pregiudiziali dei media; l’innescare una visione critica dell’organizzazione giornalistica e dei riti redazionali; il porre il problema dei temi trattati e del linguaggio impiegato; il sensibilizzare i giornalisti “deskizzati” sulle conseguenze della superficializzazione, della spettacolarizzazione e della drammatizzazione dell’informazione: tutto questo è già un passo deciso verso il Giornalismo interculturale. Non va dimenticato, infatti, che la velocizzazione delle notizie, l’exasperazione della pratica della “routinizzazione dell’imprevisto” propria di taluni giornali, la deskizzazione, l’azione di tematizzazione possono farsi alibi e strumenti per una deliberata manipolazione dell’informazione. Una manipolazione che getta inquietanti interrogativi sull’autonomia dei giornalisti, sull’indipendenza dei mass media e – a cascata – sulla qualità democratica della società italiana. È un’utopia tutto quando abbiamo sin qui proposto, muovendo dalle basi teoretiche della Pedagogia? Se la risposta è positiva, non è una risposta che ci inquieti. Perché (Frabboni-Pinto Minerva, 2005,

p.18) “l’utopia è, insieme alla scienza, una dimensione costitutiva del discorso pedagogico”.

6. Il Giornalismo interculturale e le sollecitazioni del “Redattore Sociale”

Il seminario del Redattore Sociale, organizzato ogni anno a dicembre a Capodarco di Fermo (Ascoli Piceno) dall’omonima agenzia giornalistica quotidiana, è una fucina di sollecitazioni per la ragione e per l’anima, nella direzione di un giornalismo attento a chi non ha voce, a chi non ha potere contrattuale sul piano economico e sociale. È un richiamo forte per i giornalisti e per chi fa comunicazione; ma è anche un’occasione di arricchimento personale: fare giornalismo, fare comunicazione (digitale e non) è una professione che non mette solo in campo risorse cognitive, ma anche sentimenti e passioni. Rimandiamo al sito www.redattoresociale.it per la lettura dei tanti documenti che compongono gli atti dei convegni, dal 1994 ad oggi. Nel sito è possibile iscriversi all’agenzia del Redattore Sociale – diretta da Stefano Transatti e presieduta da Vinicio Albanesi – che propone una diversa “agenda degli avvenimenti”, dove i protagonisti sono le fasce più deboli della società. Materiali per i giornalisti e i comunicatori, con gli atti dei convegni, sono rintracciabili con dovizia di documenti anche multimediali nel portale: www.giornalisti.redattoresociale.it.

Quello del Redattore Sociale è un modo diverso di fare giornalismo; è una “scuola di giornalismo” quanto mai opportuna, sia per i professionisti dei media che per i giovani interessati al mestiere di giornalista e/o a quello della comunicazione in genere. Qui ci limitiamo, per ragioni di spazio, a riportare solo alcune riflessioni che sono di grande utilità nella pratica professionale

Ci interessa mettere in luce alcune affermazioni di Vinicio Albanesi, in occasione dei vari seminari del Redattore Sociale, che andrebbero scolpite come pietre nel cuore di ogni giornalista, comunicatore o “digital strategist”. “Occorre capacità di lettura, di comprensione e di descrizione. È quanto si richiede ad ogni comunicatore, nel rispetto delle storie e nella profondità del valore della vita: si esige una specie di *sacralità nei confronti delle persone*, l’unica che può impedire sbavature, sciacallaggi, superficialità e mercato”. “Di fronte ai grandi problemi

del mondo, anche il mondo della comunicazione sembra aver imboccato la strada dell'evasione. Quotidiani e telegiornali hanno assunto contenuti del non pensare, del dettaglio, dell' inutilità. Non è possibile rimanere inerti, servitori dei pochi privilegiati che ancora sembrano non avere problemi, abbeverando fantasie e mondi che non esistono, ma che permettono di sbarcare il lunario dell'evasione. Sappiamo di agire controcorrente, ma è necessario farlo. Se si aiuta chi sta male, si aiutano tutti, anche coloro che attualmente non stanno nelle periferie del mondo. Nell'Occidente si sta saldando un patto scellerato tra pochissimi ricchi e alcuni loro servitori. La comunicazione scritta e televisiva sta rischiando questo patto”.

“Occorre molto rispetto della vita per essere seri professionisti”, sottolinea poi Albanesi. “Ciò che vi proponiamo è un'occasione seria, ma anche pacata e senza ansie, per conoscere mondi che difficilmente arriverebbero in modo corretto sulle pagine dei giornali o della Tv. La giovane età e la sensibilità di molti di voi ci fa ben sperare. Conosciamo bene le obiezioni dei direttori e degli editori che vi pressano e vi presseranno per soluzioni non dignitose. La dignità va fatta rispettare anche pagando di persona. Il nostro investimento è sulla vostra coscienza di persone ragionevoli e soprattutto generose. Sappiamo che non saremo delusi”.

“La privacy delle persone marginali è ‘ad libitum’ del comunicatore”, sottolinea Albanesi. “Può essere rispettata, rispettata in parte, semplicemente ignorata; egli potrà ‘dire, non dire, dire troppo’. I modi, le sfumature, le giustificazioni per ognuna di queste circostanze è pressoché infinita, non sprovvista da veri e presunti buoni motivi (...). Il rispetto della privacy è un dovere morale semplicemente. Coinvolge l'arte del comunicare con l'onestà di essere rispettosi dell'Altro. Le circostanze, le occasioni, i modi si articolano nella realtà senza possibilità di leggi e regolamenti che reggono. Ci sarà sempre un ‘buon motivo’ per infrangere questa regola. La cosa più brutta – né fatelo mai – è invocare il diritto di cronaca. Quel diritto oggi è offeso, manipolato, stravolto, mercanteggiato, venduto, comprato a seconda delle circostanze, dei personaggi e delle risorse”.

“Siamo arrivati ‘alla frutta’ di una società che si dice democratica, onesta, trasparente: apparteniamo a un popolo con una cultura interessata, furbesca, imbrogliona, mendace, affaristica”, denuncia Albanesi. “In questa società si può essere tranquillamente tutto e il contrario di tutto, come vestiti da indossa-

re o scarpe da calzare. Le regole del gioco sono, di volta in volta, ignorate, spostate, fatte di nuovo, ripescate, in una lotta senza quartiere tra chi ha e vuole avere e chi non ha e gli viene tolto il poco. Il mondo del giornalismo appartiene al mondo dei potenti: a volte a rimorchio, a volte a trazione. L'appello che vi rivolgiamo è diretto alla vostra coscienza: un puro appello etico, proporzionato alla coscienza di cui ciascuno si sarà dotato”.

“Dò un'indicazione generale di come è possibile rispettare la privacy”, spiega Albanesi. “Quando vi trovate di fronte un fatto delicato (non necessariamente di cronaca nera), abbiate presente la sofferenza della persona, della famiglia, della città. Quella sofferenza vi porterà al rispetto, anche se siete chiamati a descrivere i fatti; vi farà scegliere stile e parole adeguate, anche se avreste una grande scelta di sinonimi, utilizzerete alcune espressioni invece di altre, perché non vorrete far male. Per essere sicuri dovete però guardare alla nudità della persona, come se fosse senza sesso, senza famiglia, senza riferimenti culturali e spaziali. Una specie di assoluto di fronte al quale la sacralità è infinita. Solo così vi sottrarrete agli influssi razziali, angosciosi, prevenuti che vi spingono a offendere, non rispettare, suscitare il prurito dei lettori. Tutto ciò vi porterà fuori mercato? Quale mercato, di quale azienda, di quale economia? Scegliete pure tra l'essere comunicatori con coscienza e personalità o semplicemente pezzi di mercato ‘comprati e venduti’”.

7. Il Giornalismo interculturale: la Carta di Roma

Come ricorda Grossi (2004, p.20), “nel settore giornalistico non mancano codici di condotta e dichiarazioni di doveri. Le regole fondamentali ribadite da ciascun codice sono: l'importanza del rispetto della verità, della buona fede e dell'imparzialità; il dovere di rettifica, il diritto al segreto professionale; il dovere del controllo delle fonti e della presunzione d'innocenza, l'importanza di separare il fatto dall'opinione, di tener distinta la notizia dalla pubblicità; e infine il rispetto per la dignità umana, per i minori, per la sfera privata dei cittadini, per persone di convinzioni ideologiche o religiose diverse. A questo possiamo aggiungere la precisazione del rispetto per la “diversità culturale”.

Va detto che molti sono i vademecum e i consigli redatti da organizzazioni italiane e straniere, utili per indirizzare il lavoro

di giornalisti e comunicatori. In bibliografia e sitografia indichiamo alcune fonti interessanti che possono essere consultate. Vogliamo qui riprendere i punti fondamentali della Carta di Roma – per il ruolo che sta esercitando nella professione giornalistica in Italia – il protocollo deontologico concernente richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti (si veda il sito Web www.odg.it sotto la voce “leggi e norme/deontologia”, oppure www.cartadiroma.org), sottoscritto nel giugno 2008 dall’Ordine Nazionale dei Giornalisti, dalla Federazione Nazionale della Stampa, condividendo le preoccupazioni del Commissariato delle Nazioni Unite per i rifugiati (Unhcr).

La Carta di Roma si richiama innanzi tutto ai dettati deontologici presenti nella Carta dei Doveri del giornalista (1993), con particolare riguardo al dovere fondamentale di rispettare la persona e la sua dignità e di non discriminare nessuno per la razza (meglio sarebbe dire “etnia”, nda), la religione, il sesso, le condizioni fisiche e mentali e le opinioni politiche; si richiama ai principi contenuti nelle norme nazionali e internazionali sul tema; e riconferma la particolare tutela nei confronti dei minori così come stabilito dalla Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti dell’infanzia e dai dettati deontologici della Carta di Treviso (1990) e del Vademecum aggiuntivo (2006).

La Carta di Roma contiene quindi un invito ai giornalisti (e, per estensione, possiamo invitare anche i comunicatori e i “digital strategist”) ad osservare la massima *attenzione nel trattamento delle informazioni* concernenti i richiedenti asilo, i rifugiati, le vittime della tratta e i migranti nel territorio della Repubblica italiana ed altrove. In particolare, si invitano giornalisti e comunicatori: a) ad *adottare termini giuridicamente appropriati* sempre al fine di restituire al lettore ed all’utente la massima aderenza alla realtà dei fatti, evitando l’uso di termini impropri; b) ad *evitare la diffusione di informazioni imprecise, sommarie o distorte* riguardo a richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti; c) a *portare l’attenzione sul danno che può essere arrecato da comportamenti superficiali e non corretti*, che possano suscitare allarmi ingiustificati, anche attraverso improprie associazioni di notizie, alle persone oggetto di notizia e servizio; e di riflesso alla credibilità della intera categoria dei giornalisti; d) a *tutelare i richiedenti asilo, i rifugiati, le vittime della tratta ed i migranti che scelgono di parlare* con i giornalisti, adottando quelle accortezze in merito all’identità ed all’immagine che non consentano l’identificazione della persona, on-

de evitare di esporla a ritorsioni contro la stessa e i familiari, tanto da parte di autorità del paese di origine, che di entità non statali o di organizzazioni criminali. Inoltre, va tenuto presente che chi proviene da contesti socioculturali diversi, nei quali il ruolo dei mezzi di informazione è limitato e circoscritto, può non conoscere le dinamiche mediatiche e non essere quindi in grado di valutare tutte le conseguenze dell'esposizione attraverso i media; d) ad *interpellare*, quando ciò sia possibile, *esperti ed organizzazioni specializzate* in materia, per poter fornire al pubblico l'informazione in un contesto chiaro e completo, che guardi anche alle cause dei fenomeni.

Nella Carta di Roma vi è poi l'impegno – divenuto realtà negli anni seguenti alla sottoscrizione del protocollo deontologico – a formare i giornalisti e ad avviare studi e ricerche universitarie sulla rappresentazione nei media di richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti. Alle ricerche universitarie partecipa anche ProsMedia (www.prosmedia.org), come si è visto dalle ricerche illustrate in precedenza. La Carta di Roma è poi arricchita da un glossario, utile guida per l'uso di una terminologia corretta e rispettosa. Ecco di seguito il glossario.

Un *richiedente asilo* è colui che è fuori dal proprio paese e presenta, in un altro stato, domanda di asilo per il riconoscimento dello status di rifugiato in base alla Convenzione di Ginevra sui rifugiati del 1951, o per ottenere altre forme di protezione internazionale. Fino al momento della decisione finale da parte delle autorità competenti, egli è un richiedente asilo ed ha diritto di soggiorno regolare nel paese di destinazione. Il richiedente asilo non è quindi assimilabile al migrante irregolare, anche se può giungere nel paese d'asilo senza documenti d'identità o in maniera irregolare, attraverso i cosiddetti 'flussi migratori misti', composti, cioè, sia da migranti irregolari che da potenziali rifugiati.

Un *rifugiato* è colui al quale è stato riconosciuto lo status di rifugiato in base alla Convenzione di Ginevra del 1951 sui rifugiati, alla quale l'Italia ha aderito insieme ad altri 143 Paesi. Nell'articolo 1 della Convenzione il rifugiato viene definito come una persona che: 'temendo a ragione di essere perseguitato per motivi di razza, religione, nazionalità, appartenenza a un determinato gruppo sociale od opinioni politiche, si trova fuori del paese di cui ha la cittadinanza, e non può o non vuole, a causa di tale timore, avvalersi della protezione di tale paese'. Lo

status di rifugiato viene riconosciuto a chi può dimostrare una persecuzione individuale.

Un *beneficiario di protezione umanitaria* è colui che – pur non rientrando nella definizione di ‘rifugiato’ ai sensi della Convenzione del 1951 poiché non sussiste una persecuzione individuale – necessita comunque di una forma di protezione in quanto, in caso di rimpatrio nel paese di origine, sarebbe in serio pericolo a causa di conflitti armati, violenze generalizzate e/o massicce violazioni dei diritti umani. In base alle direttive europee questo tipo di protezione viene definita ‘sussidiaria’. La maggior parte delle persone che sono riconosciute bisognose di protezione in Italia (oltre l’80% nel 2007) riceve un permesso di soggiorno per motivi umanitari anziché lo status di rifugiato.

Una *vittima della tratta* è una persona che, a differenza dei migranti irregolari che si affidano di propria volontà ai trafficanti, non ha mai acconsentito ad essere condotta in un altro paese o, se lo ha fatto, l’aver dato il proprio consenso è stato reso nullo dalle azioni coercitive e/o ingannevoli dei trafficanti o dai maltrattamenti praticati o minacciati ai danni della vittima. Scopo della tratta è ottenere il controllo su di un’altra persona ai fini dello sfruttamento. Per “sfruttamento” s’intendono lo sfruttamento della prostituzione o altre forme di sfruttamento sessuale, il lavoro forzato, la schiavitù o pratiche analoghe, l’asservimento o il prelievo degli organi.

Un *migrante/immigrato* è colui che sceglie di lasciare volontariamente il proprio paese d’origine per cercare un lavoro e migliori condizioni economiche altrove. Contrariamente al rifugiato può far ritorno a casa in condizioni di sicurezza.

Un *migrante irregolare*, comunemente – ma erroneamente – definito come “clandestino”, è colui che a) ha fatto ingresso eludendo i controlli di frontiera; b) è entrato regolarmente nel paese di destinazione, ad esempio con un visto turistico, e vi è rimasto dopo la scadenza del visto d’ingresso (diventando un cosiddetto ‘overstayer’); oppure c) non ha lasciato il territorio del paese di destinazione a seguito di un provvedimento di allontanamento.

L’Associazione per la Carta di Roma – che riunisce organizzazioni e associazioni – ha poi pubblicato le “linee guida”, pratiche e utili, per fare giornalismo e comunicazione nel rispetto della Carta di Roma (www.cartadiroma.org).

CAPITOLO VI

GIORNALISMO INTERCULTURALE E COMUNICAZIONE: LA PRATICA PROFESSIONALE

SOMMARIO: 1. Il Giornalismo interculturale: le azioni pratiche – 2. Il Giornalismo interculturale nel lavoro in redazione e nel lavoro sul campo – 3. Riflessioni sulle azioni pratiche per un Giornalismo interculturale

*Le antiche carte dei corsari portano un segno misterioso,
ne parlan piano i marinai con un timor superstizioso.
Nessuno sa se c'è davvero od è un pensiero;
se a volte il vento ne ha il profumo,
è come il fumo che non prendi mai.*

F. Guccini, L'isola non trovata, 1970

1. Il Giornalismo interculturale: le azioni pratiche

Abbiamo delineato nelle scorse pagine il quadro entro cui si muove il giornalismo italiano quando si deve misurare con la diversità culturale. Abbiamo anche tracciato le linee teoriche dell'approccio interculturale; abbiamo fornito alcune indicazioni su come modificare l'approccio culturale dei media alla diversità: abbiamo insomma posto le basi teoriche e i riferimenti etici essenziali (la saggistica in questo ambito è sterminata) del Giornalismo interculturale e della Comunicazione interculturale attraverso i media. Fatto questo, non resta che passare a un esame delle azioni pratiche. Una volta che il giornalista entra nella redazione (o ne esce) per raccontare la società pluralistica in cui viviamo, a quali "indicazioni pratiche" deve rifarsi? Come deve, in sostanza, lavorare? Lungi da noi l'idea di pensare che basti un vademecum – o un cassetto degli attrezzi – per fare migliore il giornalismo italiano (o la comunicazione) là dove si

occupa di immigrazione e di diversità culturale; per farlo diventare “interculturale”.

La domanda – che spesso giunge dai colleghi giornalisti e dagli studenti universitari dei corsi di giornalismo, su tecniche e comportamenti conseguenti alla teoria pedagogico-interculturale – non può però essere elusa. Come mettono in evidenza Dominici-Panarese (2004, pp.149 e segg.), la questione deontologica non si presenta in astratto, ma in situazioni storiche e sociali concrete. Essi richiamano pertanto le indicazioni e gli obiettivi di una serie di “carte deontologiche” per gli operatori dell’informazione che si occupano di immigrazione: rifiuto degli stereotipi; approfondita conoscenza dei fenomeni migratori; evitare di confinare l’immigrazione nella cronaca nera; denuncia degli atti di discriminazione e di razzismo; allargamento degli spazi dell’inchiesta sociale per mostrare come i problemi vissuti dai cittadini stranieri siano comuni a quelli di molti cittadini italiani; favorire l’accesso dei migranti ai mezzi di informazione (come fruitori e come operatori); astensione da giudizi non provati; evitare linguaggi e titolazioni che danno giudizi sommari e che generano discriminazione verso l’Altro, il “diverso”.

Da parte nostra, vogliamo qui disegnare le sei “azioni pratiche” e i comportamenti più adeguati per cambiare il modo di fare giornalismo (e comunicazione) nella direzione del Giornalismo interculturale e della Comunicazione interculturale attraverso i media.

Prima azione: cambio nelle routines giornalistiche. Come rileva Wolf (1998, p.183), la “distorsione involontaria” nella comprensione di alcuni fatti e nella loro traduzione in racconto e in notizia di tipo giornalistico dipende dalle routines redazionali, dalle pratiche professionali. La distorsione è insomma legata al modo in cui i giornalisti lavorano: “al modo in cui è organizzato, istituzionalizzato e svolto il mestiere di giornalista”. Il giornalismo che voglia essere “interculturale” dovrà, allora, cambiare le proprie routines. Sappiamo che si tratta di un’affermazione forte, impopolare fra molti giornalisti e nel sistema dei mass media; specie in un periodo in cui i giornali online, i notiziari sui telefoni cellulari e i canali “all news” portano a una scarnificazione dell’informazione. L’aggiornamento continuo, spasmodico, delle notizie si accompagna infatti ad un’azione di “superficializzazione” delle stesse.

Un tempo, l'arrivo di una notizia d'agenzia sul tavolo di un giornalista aveva la funzione di segnalazione di un evento, di racconto dello stesso in tutte le sue sfaccettature, di costituzione di un piccolo patrimonio di conoscenze da approfondire (se ne valeva la pena) e da trasferire – mediato dalla professionalità, dalla cultura e dalle conoscenze del giornalista – al lettore, all'ascoltatore e al telespettatore. I processi di "newsgathering" e di "newsmaking" (Wolf, 1998) passavano attraverso il filtro del giornalista, garante della veridicità, della fondatezza, della completezza, del rigore dell'informazione. L'errore, la "bufala" (una notizia falsa data per vera) dovevano essere l'eccezione.

Oggi, la velocizzazione dell'informazione e l'aumento della massa di notizie che si riversano sul computer (sulla scrivania virtuale) del giornalista, si accompagnano ad una "fretta routinaria" che è diventata cronica e si è spalmata su tutto il lavoro di redazione. Un tempo le accelerazioni nel lavoro, tipiche della professione giornalistica, erano proprie di alcune situazioni e di alcuni momenti del processo produttivo redazionale; oggi i media e i giornalisti vivono in una perenne accelerazione. L'accelerazione, la fretta routinaria sono causa ed effetto della mancanza di un filtro efficace fra le fonti delle notizie e i lettori: la funzione di mediazione del giornalista si riduce sempre più. Se poi vi aggiungiamo i social network e l'informazione veicolata dai social media, le possibilità di veder messa in circolo una notizia non vera (o esagerata e travisata) aumentano in maniera esponenziale.

Tutto questo porta a una migliore efficacia comunicativa? Migliora il prodotto editoriale? Soddisfa le richieste di informazione e di conoscenza che hanno i fruitori dell'informazione? La risposta è negativa. La velocizzazione dell'informazione, la rincorsa all'aggiornamento spasmodico, la superficializzazione informativa che ne consegue sono funzionali soltanto agli interessi economici dei gruppi editoriali. I giornalisti, in questo panorama, rischiano di perdere la loro identità, la loro professionalità di mediatori dell'informazione, e di trasformarsi in strumenti di produzione, in lavoratori alla catena di montaggio della fabbrica massmediale. Dopo aver introdotto sempre più mansioni "tipografiche" nel proprio quotidiano lavoro – con funzioni che un tempo erano dei tipografi e dei correttori di bozze – i giornalisti si stanno facendo spesso parte attiva del processo di semplificazione, superficializzazione, omologazione e monetizzazione dell'informazione.

Se non possono essere buoni mediatori dell'informazione, i giornalisti – neppure i più sensibili – non possono certo pensare di essere “mediatori interculturali”, specie in situazioni in cui l'ingresso della “diversità culturale” nell'informazione e nella comunicazione massmediale si fa sentire in seguito alla presenza nella società italiana di milioni di cittadini e cittadine di origine straniera. Si tratta di cittadini e cittadine che vivono, lavorano, pagano le imposte in Italia e che fanno parte della “popolazione attiva” della nazione. Ebbene, rifacendoci a Wolf (1998, p.183) possiamo affermare che l'immagine della realtà sociale dell'Italia multiculturale potrà cambiare ed essere più aderente alle richieste di conoscenza del pubblico solo se cambierà (anche) l'organizzazione e la produzione routiniera degli apparati giornalistici.

Come cambiare le routines giornalistiche e redazionali? Con una migliore programmazione del lavoro; con una maggiore consapevolezza civile del ruolo dei giornalisti; con la coscienza della responsabilità che compete agli operatori dell'informazione e della comunicazione. Routines produttive, valori condivisi e interiorizzati circa le modalità di svolgere il mestiere di giornalista: sono alcuni fra gli elementi su cui occorre intervenire per un Giornalismo interculturale. Non vi sono ragioni né economiche, né professionali, né culturali che giustifichino le derive – fatte di spettacolarizzazione e di drammatizzazione, di deskizzazione e di tematizzazione, di superficializzazione e di seguitazione mediale – verso le quali è scivolato il giornalismo italiano.

L'insoddisfazione del pubblico verso i media – i quali non sanno fornire gli strumenti informativi e di conoscenza del fenomeno immigrazione e delle sue conseguenze sulla società italiana – è la dimostrazione della necessità di cambiare il modo di fare informazione. Gli stessi dati sulla diffusione dei giornali quotidiani in Italia rivelano quanto alto sia il rischio di disaffezione dei lettori rispetto alla stampa. Stanno ancora peggio i periodici e le riviste settimanali, che risultano in calo di lettura verticale. La causa non è riconducibile soltanto alla crisi economica, che ha portato a ridurre le vendite in edicola e le inserzioni pubblicitarie; come non è riconducibile solo al digitale, con lo spostamento di fette di lettori online e sui social network. Vi è un problema di ridefinizione del ruolo e dei contenuti dei giornali che non può essere eluso: essi sono chiamati a fornire ai lettori quegli approfondimenti, quell'informazione “cer-

tificata”, quella contestualizzazione degli eventi e quella interpretazione dei fatti che il solo Web non può sempre dare.

Non vi sono buone e serie ragioni economiche o culturali per difendere un modello di giornalismo e una routine redazionale che non producono i risultati richiesti dai lettori. I giornalisti sono allora chiamati a fare uno sforzo per superare posizioni di “inerzia e cinismo” e per tentare un nuovo approccio nella copertura giornalistica della diversità culturale (Kelley-Mills, 2003, p.20). Non solo in Italia, ma anche negli Stati Uniti, vi è un preciso richiamo ad una stampa responsabile, attenta alle esigenze della comunità, che abbandoni gossip, falsità, spettacolarizzazione e sacrifichi gli egoismi individuali per lavorare alla costruzione di un’armonia sociale (si veda Merrill, 2002, pp.17-32).

Va poi rilevato che al fenomeno della “deskizzazione” e dell’enfasi maggiore sui processi di selezione (gatekeeping) rispetto al processo di raccolta (newsgathering), segnalato da più studiosi (si veda anche Cerase, 2004, p.178), si accompagna un sempre maggiore impiego di giornalisti freelance, come dimostra l’impegno della Fnsi (il sindacato dei giornalisti italiani) per tutelare questa parte di operatori dell’informazione non garantiti dai contratti collettivi nazionali di lavoro. I giornalisti freelance, spesso costretti a lavorare in condizioni di grave precarietà, sono impiegati nelle più diverse mansioni e sulle più disparate tematiche. Il mix deskizzazione-precarietà e im-preparazione interculturale dei freelance (senza nulla togliere alla professionalità giornalistica di molti di questi ultimi) crea le condizioni per routines redazionali e massmediali connotate dalla presenza di stereotipi e di pregiudizi nei confronti della diversità culturale ed etnica; e pone le condizioni per una maggiore dipendenza informativa, cognitiva e interpretativa dalle fonti (istituzioni governative, forze dell’ordine, magistratura). Viene insomma a mancare l’azione di filtro, di mediazione, che rappresenta uno degli impegni più significativi della professione giornalistica.

Garnham (1979), citato in Reese (1994, p.237), nota che “lo stadio attuale dell’industrializzazione della cultura è caratterizzato dall’inasprirsi della lotta per l’aumento della produttività. (...) Le industrie dei media diventano soltanto un altro centro di profitto e si conformano sempre più strettamente alla cultura cooperativa dell’apparentamento. Fra gli altri esempi si possono citare i licenziamenti, sempre molto pubblicizzati, che hanno

colpito il personale di molti network e la progressiva cancellazione delle linee di divisione fra la sezione che si occupa dell'informazione e quella degli affari all'interno di molti quotidiani e di molte stazioni televisive. (...) Integrandosi all'interno di una più ampia struttura corporativa, le compagnie che gestiscono i media perdono qualsiasi indipendenza nei rapporti con gli altri centri di potere che fanno parte di quella stessa struttura. (...) Secondo Domhoff i media rivestono certamente un ruolo complesso all'interno della sottile rete dei rapporti che modellano le opinioni, ma, di fatto, non costituiscono altro che uno dei tanti punti di diffusione dell'influenza delle classi dominanti. Tuttavia, egli considera i media organicamente inseparabili dalle élite, e, in quanto tali, per nulla autonomi. Naturalmente, i conflitti fra le élite vengono combattuti attraverso la stampa, ma i media sono per essere strumenti piuttosto che avversari o antagonisti".

Fra i media e le altre istituzioni esiste una convergenza di interessi e una coordinazione. Le più importanti aziende dei media sono infatti quelle che presentano i legami più stretti con i centri di potere. E i media di maggior prestigio possono sì assumere in certe occasioni un tono di critica e di contrapposizione, "ma la loro azione rimane su un piano correttivo e non volto ad esprimere il proprio punto di vista, in quanto l'interesse a lungo termine che li muove è quello di preservare il sistema capitalistico" (Reese, 1994, p.238).

Tutto questo ha un riflesso sulle routines giornalistiche e redazionali, che risentono dell'influsso dei meccanismi di potere. Ecco che se i mass media non si fanno interculturali e restano chiusi a difendere (presunti) interessi delle élite, allora dovremo aspettarci uno scontro fra i media, uno scontro che avverrà nel momento in cui le minoranze etniche avranno la forza per realizzare propri giornali, emittenti radio e tv, siti Web capaci di contrastare la stampa autoctona. Resterà allora da vedere se si andrà alla contrapposizione, oppure se si realizzeranno intese e simbiosi fra nuove e vecchie élite politiche, economiche e finanziarie. Il Giornalismo interculturale osserva tutto questo, lo registra, si pone con attenzione nei confronti di quanto accade a livello di assetti editoriali. Non si schiera comunque con questa o quella élite; e non è neppure un "giornalismo per stranieri", perché considera questo tipo di giornalismo una formula (ancorché praticata da alcuni) da superare in un approccio intercul-

turale; così come la Pedagogia interculturale ha superato la "Pedagogia per stranieri".

L'azione sulle routines, sulla cultura professionale dei giornalisti, sulla mentalità giornalistica e sulle pratiche redazionali deve avere anche un altro obiettivo: lo svincolare i mass media dal controllo di "poteri esterni", più o meno forti. I rischi di uno scontro economico e culturale sono enormi. Se tutti i gruppi etnici presenti nella nostra società dovessero creare propri piccoli potentati economici; se ai potentati economici si dovessero collegare altrettanti poteri massmediali andremmo ad uno scontro mediale e culturale dagli effetti dirompenti. Vi sarebbe un'etnicizzazione dei conflitti economici e una strumentalizzazione dell'informazione a fini di potere.

Compito del Giornalismo interculturale è invece quello di rispettare le identità, le culture; di non abdicare a quelle identità e a quelle culture, lavorando per il dialogo e il reciproco arricchimento. Vi è una precisa responsabilità del giornalismo in una società multiculturale: ed è quella di favorire, da un lato, l'inserimento nella comunità dei cittadini di origine straniera; e di fornire ai soggetti autoctoni, dall'altro, gli strumenti per capire e per interagire con la "diversità". Il cittadino di origine straniera che legge il giornale, scorre il sito Web, visita i social media o guarda la Tv deve potersi riconoscere, deve potersi rispecchiare in modo positivo; e non sentirsi "sbagliato", "fuori luogo" (per riprendere il titolo dello studio di Binotto-Martino), discriminato, criminalizzato oppure ignorato. Il cittadino autoctono ha da parte sua il diritto di comprendere la nuova società, fattasi pluralistica e sempre più complessa; ha il diritto di vedersi alleviare l'ansia da "mondo sconosciuto" che ci assale quando ci troviamo a vivere qualcosa di non usuale, di misterioso. In questo senso, il Giornalismo interculturale possiamo interpretarlo anche come un "mediatore interculturale" in senso lato, come un facilitatore di incontri, di dialogo, di empatia.

Seconda azione: agenda dei media e approccio interculturale. Il giornalismo è costruzione di senso ed è selezione, dato che "l'attività di selezione è la caratteristica ineliminabile di ogni atto comunicativo" (Sorrentino, 2002, p.17). La selezione viene fatta dai giornalisti che nell'attività redazionale mettono in campo la loro cultura, la loro formazione, gli effetti delle loro reti relazionali, l'ambiente lavorativo entro cui vivono. Studiosi e giornalisti hanno spiegato quali sono le caratteristiche della notiziabilità, in quali condizioni e perché un fatto può diventare

una notizia (si vedano Lepri, 1991, Wolf, 1998, e Papuzzi, 2003): dalle caratteristiche della notiziabilità discendono i criteri con cui vengono costruite le agende dei mass media, i temi che sono portati in evidenza e trasmessi ai lettori e ai telespettatori.

Le fonti – dalle agenzie di stampa alle istituzioni – recitano un ruolo importante nel dettare l'agenda degli avvenimenti. L'agenzia di informazioni Ansa, ad esempio, ha un forte potere di agenda sui giornali, le radio, le Tv e i notiziari Web: per la sua autorevolezza, per la copertura dell'informazione che assicura, consente alle testate giornalistiche notevoli economie nel reperimento e nella selezione delle notizie; e nello stesso tempo possiede un potere considerevole sui giornalisti ai quali indica i temi rilevanti del giorno. Possiamo affermare che i soggetti e i fatti esclusi dai notiziari di un'agenzia di informazioni come l'Ansa hanno scarsa o nulla possibilità di catturare l'attenzione dei mass media, almeno nella parte di notiziario nazionale. Tant'è che l'atteggiamento dell'Ansa verso i migranti lo troviamo replicato dagli altri media.

Dalle numerose ricerche sull'immagine dell'immigrazione nei media italiani emerge come “non faccia notizia” la cultura dei cittadini di origine straniera; come non interessi ascoltare la loro voce; come la nazionalità (“romeno”, “albanese”, “marocchino”) diventi talvolta l'unico “valore notizia” grazie al quale un fatto, proprio perché commesso da una persona di differente cultura, finisce sulle pagine dei giornali. Il medesimo fatto, commesso da un cittadino italiano, non avrebbe un valore di notiziabilità. Possiamo affermare che gli stessi fatti criminosi ai danni delle donne, le violenze (stupri, tentati omicidi, assassinii) su mogli e fidanzate sono presentati in modo diverso dai giornali a seconda della nazionalità dell'autore di quei fatti e di quelle violenze.

“Uccide la moglie per gelosia”, “Rapisce la fidanzata per amore”, “Massacra l'amante che lo tradiva”: sono alcuni dei titoli che possiamo – purtroppo non di rado – leggere sui quotidiani quando l'autore è un cittadino italiano. Si tratta di titoli che, nel presentare il fatto criminoso, danno già una giustificazione, impongono al lettore una presunta “attenuante” (la gelosia, l'amore, il tradimento) nel momento stesso in cui informano sull'accaduto, sul delitto. Lo stesso trattamento giustificativo non lo riscontriamo invece nei casi in cui gli autori sono di origine straniera. Capita, anzi, che i nomi di cittadini stranieri arre-

stati per reati minori siano pubblicati sul giornale (con corredo di foto); mentre i nomi di criminali italiani compaiono con le sole iniziali o non compaiono affatto. Esempiare, a questo proposito, un caso di pedofilia e di turismo sessuale – con anche lo spaccio di droga – accaduto a Verona alcuni anni fa, con protagonista un noto imprenditore della città. Il nome del pedofilo, il quale riuscì a patteggiare una pena che la successiva legge anti-pedofilia del 2006 non consente più di patteggiare, venne taciuto sino alla fine e la notizia ebbe un rilievo inferiore a quello di un qualsiasi caso di furto in appartamento da parte, ad esempio, di persone Rom.

Ma entriamo nel merito dell'agenda dei media, attraverso l'analisi della teoria dell'agenda setting – illustrata più sopra in questo libro – come viene spiegata nella raccolta di saggi di alcuni studiosi (Bentivegna, 1994). La data di nascita ufficiale dell'ipotesi dell'agenda setting viene individuata nel 1972, allorché McCombs e Shaw pubblicarono il loro articolo "The Agenda-Setting Function of Mass Media". Nell'ambito della definizione comunemente accettata dell'agenda-setting, ricorda Bentivegna (2002, p.22), si dà per acquisita un'identica influenza dei media rispetto a tutti i temi. Viene però dimenticato che l'influenza dei media sui livelli di conoscenza del pubblico varia a seconda dei temi trattati. Le possibilità di esperienze dirette di temi e problemi riduce di molto il potere di agenda dei media mentre, al contrario, esso viene enfatizzato quando i soggetti non possono avere un'esperienza diretta. La variabile della centralità, intesa come caratterizzazione di un tema rilevante ma difficilmente esperibile dai soggetti, riveste quindi il ruolo di uno dei principali fattori di mediazione della funzione di agenda-setting.

Bentivegna (1994, p.21) osserva come per Shaw, uno dei padri della teoria dell'agenda-setting, l'evento sia un "accadimento discreto, limitato nello spazio e nel tempo; il tema, invece, consiste in un'ampia e continua copertura di eventi o serie di eventi. Una posizione analoga viene assunta da Reese (1991), il quale sostiene che un evento è un accadimento discreto, mentre un tema ricomprende eventi diversi, talvolta anche separati nello spazio e nel tempo, tenuti insieme da un filo conduttore. (...) L'evento è collocabile ed è riferibile ad uno specifico soggetto, ad una specifica situazione o, in altri termini, ad una dinamica di accadimento ('qualcosa è accaduto'); l'issue (il tema) non è collocabile in termini spazio-temporali con altrettanta precisio-

ne, né è riferibile ad uno specifico soggetto o ad una dinamica di accadimento. Essa consente di dare unità ad una pluralità di eventi, altrimenti dispersi nel fiume delle notizie quotidiane, in conseguenza dell'adozione di una chiave interpretativa".

Il tema dell'immigrazione, presentata spesso sotto l'etichetta della "emergenza immigrazione", viene creato dai mass media italiani accostando, mescolando, incastrando come in un puzzle eventi specifici che vanno poi a formare un clima informativo dove "emergenza sbarchi di clandestini" e fatti di illegalità sono inquadrati in una stessa cornice. In quella cornice trovano spazio altre notizie (altri eventi) e/o storie di vita che hanno come protagonisti cittadini e cittadine immigrati. Ancora una volta, immigrazione (irregolare) e legalità sono accostate e si promuove l'idea di un rapporto di causa-effetto fra numero di sbarchi di cittadini stranieri irregolari e numero di reati, nonostante le ricerche sulla criminalità non dimostrino che a maggiori sbarchi corrisponda maggiore insicurezza e aumento della criminalità. Siamo in presenza di quell'operazione che porta alla creazione del fenomeno dell'induzione semantica (Corte, 2002) e dell'aggiunta di senso (Wolf, 1998).

Il giornalista interculturale – con fatica, applicazione, sensibilità e cura – s'impegna per non cadere in simili trappole disseminate sulla strada del "newsmaking", della procedura di valutazione, selezione e presentazione delle notizie. Per fare questo, il giornalista interculturale deve assumere un diverso atteggiamento mentale, deve dotarsi di una diversa cultura professionale, ma deve anche approfondire una maggior cura del lavoro redazionale; con effetti benefici sull'autorevolezza della stessa testata giornalistica, sia essa radiofonica, televisiva, su Web o su carta stampata. Non si tratta di fare del giornalismo di stampo "buonista", paladino per partito preso dei presunti perseguitati, delle minoranze, delle persone emarginate. L'impegno del Giornalismo interculturale è lo stesso della Pedagogia interculturale: il porre al centro del discorso l'uomo, la persona, nel suo valore ontologico.

Il Giornalismo interculturale ama la verità, la completezza dell'informazione, l'approfondimento. Non si ferma alla superficie, ma scava, registra, verifica fonti e notizie, scheda gli eventi e li presenta – entro il formato del notiziario – secondo le regole deontologiche della competenza e della buona fede. Il giornalismo interculturale ha a cuore anche il rispetto delle regole, l'educazione alla legalità, il valore della civile e pacifica

convivenza, del dialogo, dell'attenzione alle fasce più deboli, della verità. Esso non arretra di fronte alla denuncia dell'illegalità, sia questa opera di un cittadino autoctono o di un cittadino immigrato. Un criminale è un criminale; un delitto è un delitto; un processo è un processo; e una condanna per un reato è una condanna: non vi sono sconti, né censure quando – sempre nel rispetto dei diritti della persona e dell'imputato e/o del condannato – si tratta di riferire un certo fatto di cronaca nera o di cronaca giudiziaria. Come ricorda Portera (1997, p.215) l'educazione alla legalità è uno dei temi fondamentali dell'educazione interculturale. Va detto anche che nella condanna di alcuni fenomeni vi sono modi opportuni e parole rispettose da utilizzare, per evitare la criminalizzazione del “diverso”: il rischio, infatti, è che l'illegalità, il pericolo sociale, la criminalità stiano da una parte soltanto.

Approfondendo il tema dell'agenda setting, Bentivegna (1994, p.25) spiega come alcuni studiosi sostengano che l'effetto di agenda è più forte su quegli individui i quali hanno partecipato a conversazioni intorno ad argomenti presenti nei media. Altri studiosi affermano che l'agenda di un individuo può non essere influenzata dall'agenda dei media allorché vi è una bassa credibilità del sistema dei media; oppure un'evidenza contrastante tra l'esperienza personale e le informazioni offerte dai media sulla rilevanza di un tema; oppure se vi è una netta differenziazione tra i valori notizia propri dell'individuo e quelli presenti nei mass media. Si può sostenere, osserva Bentivegna (1994), che il pubblico accoglie o rifiuta i temi presenti nell'agenda dei media in coerenza con quegli interessi e predisposizioni che governano la stessa esposizione ai media. In un momento di incertezza e in presenza di temi meritevoli di attenzione, gli individui avvertiranno un “bisogno di orientamento” che li porterà ad esporsi ai media e quindi ad accettarne l'agenda proposta.

Per quanto riguarda il tema che qui ci interessa – il Giornalismo interculturale – cogente per i media diventa l'acquisire autorevolezza andando a tematizzare, con rigore documentale e profondità d'inchiesta oltre che con correttezza metodologica, le questioni sulla “diversità culturale e religiosa”, che interessano il pubblico dei lettori e dei telespettatori. Non è sufficiente, in una società complessa e pluralistica, un “giornalismo multiculturale” che presenti le varie culture, che tratti di immigrazione, che dia spazio all'Altro confinandolo in “ghetti mediali”, ancor-

ché ben curati e rispettosi. Il giornalismo che sia interculturale deve rispondere con autorevolezza, precisione documentale, fondatezza conoscitiva ai bisogni di orientamento, agli interessi del pubblico. Solo in questo modo l'immigrazione, la presenza di persone di differente cultura diventeranno un tema che tocca il pubblico da vicino, dando risposta alle sue esigenze informative in un momento di incertezza, di evoluzione sociale e culturale. Solo così sarà accettata un'agenda interculturale dei media.

Osserva Bentivegna (1994, pp. 26-27) che un'altra questione centrale per lo studio del passaggio dei temi dall'agenda dei media a quella del pubblico è costituita dal parametro temporale necessario allo svolgimento dell'intero processo. Pochi ricercatori hanno affrontato il problema relativo alla quantità di tempo richiesta da parte dei media per rendere un tema o un gruppo di temi rilevante per il pubblico dei mass media. Un tema "a soglia alta" necessita di una copertura più lunga rispetto ad un tema a "soglia bassa": da questo punto di vista, quindi, risulta assai difficile individuare un intervallo ottimale valido per tutti i temi. Inoltre, può darsi il caso di un tema che non venga registrato nell'agenda del pubblico perché considerato dagli stessi soggetti come un tema già entrato nella conoscenza diffusa. In questa situazione, non è possibile individuare l'intervallo tra la copertura dei media e il passaggio nell'agenda del pubblico. In generale, tuttavia, l'intervallo ottimale – ovvero il periodo entro il quale si determina l'associazione più forte tra la copertura dei media di un tema e la conoscenza di esso nel pubblico – viene individuato nell'arco di quattro mesi.

Il "parametro temporale" porta quindi a considerare necessaria un'azione costante del Giornalismo interculturale. I temi di una società pluralistica – la presenza di differenti culture, la conoscenza dell'Altro, la gestione dei conflitti, il dialogo interculturale, la convivenza – non possono essere trattati dai media in modo episodico. Occorre una copertura costante di tipo giornalistico (ma anche della fiction televisiva e cinematografica) per leggere a fondo una realtà complessa come quella multiculturale; e per far sì che la "questione interculturale" entri nell'agenda del pubblico.

L'agenda dei media – afferma Bentivegna (1994, pp.37-38) – può essere considerata l'arena dove avviene il confronto e dove si ridefiniscono alcune regole del gioco. Infatti l'agenda dei media, a differenza di quella politica o dell'agenda del pubblico, è coinvolta in una dinamica di interazione continua con le

altre agende. Come viene allora costruita l'agenda dei media? Va detto che i problemi sono in competizione fra loro per catturare l'attenzione del pubblico. A fronte di una molteplicità di problemi, argomenti ed eventi, si colloca un'attenzione per forza limitata da parte del pubblico che provoca una battaglia, non sempre visibile, per l'affermazione di un tema a scapito di un altro. Alla base della costruzione dell'agenda dei media vi è un processo collettivo con un certo grado di reciprocità: il riconoscere il carattere collettivo del processo di costruzione, allora, implica l'introduzione a pari titolo di soggetti diversi, ognuno portatore di specificità ineludibili. "Una lettura possibile del processo che è alla base della costruzione dell'agenda vede giocare un ruolo, sia pure di diverso rilievo, alla realtà esterna, ai rapporti di potere esistenti tra diversi soggetti e, infine, alla logica che governa la selezione delle notizie e la costruzione di un tema nell'ambito dei media" (Bentivegna, 1994, p.38).

La costruzione dell'agenda è vista come il risultato finale di complesse e continue interazioni tra giornalisti ed esponenti politici. La determinazione dei temi presenti in agenda diventa, così, il risultato finale di un confronto/scontro di potere tra sistemi diversi. Un confronto/scontro di potere si verifica inoltre tra gruppi di interesse, esponenti politici e rappresentanti dei media. La costruzione dell'agenda diventa, così, il prodotto finale di un'interazione basata sulla quota di potere posseduta. Il ruolo giocato dalla "Media logic", infine, si manifesta nella selezione autonoma dei temi e nel loro trattamento tramite le regole giornalistiche.

Riferendosi a Lang e Lang (1981), Bentivegna (1994, p.44) enumera i quattro momenti che scandiscono il processo di costruzione dell'agenda dei media, con l'introduzione di un tema in agenda. In un primo momento, i media mettono in risalto alcuni avvenimenti, attività o gruppi (fase della "focalizzazione"). In un secondo momento, i media procedono all'imposizione di un "frame interpretativo", per cui attività o gruppi vengono collegati con problematiche più ampie capaci di rappresentare in maniera più compiuta le preoccupazioni e gli interessi generali dei cittadini. In un terzo momento, avviene una sorta di "linkage" (collegamento) tra l'evento o il tema ed un sistema di simboli, in modo tale che i primi diventino parte del panorama politico conosciuto. È il momento, questo, in cui i media svolgono un ruolo decisivo nell'operazione di connessione di eventi discreti, tanto da arrivare ad offrire una "storia continua". Nell'ul-

tima fase, infine, il tema deve identificarsi con un portavoce che sia in grado di accogliere e dare spazio alle domande provenienti da più parti, ricorrendo in misura significativa all'uso dei media. Ecco che la "personalizzazione del tema" non può avvenire che attraverso il sistema dei media. "La costruzione dell'agenda dei media", sottolinea Bentivegna (1994, p.44), "è certamente il frutto di un processo collettivo che vede un certo grado di reciprocità ma, è altrettanto vero, essa avviene mediante il ricorso alle modalità comunicative proprie del sistema dei media".

Come si deve muovere il Giornalismo interculturale per incidere sulla costruzione dell'agenda dei media? Esso può intervenire nei quattro momenti: nella focalizzazione, affinché sia dato risalto alla questione interculturale; nel frame interpretativo, per evitare che la diversità, la presenza di differenti culture, l'immigrazione, la vicenda della persona immigrata, l'Altro siano collegati soltanto all'illegalità e all'insicurezza; nel linkage, con lo scopo di inquadrare la "differenza culturale" in un sistema sociale e politico caratterizzato dal rispetto dell'Altro e dalla promozione del dialogo fra culture. Il Giornalismo interculturale deve intervenire, inoltre, nella personalizzazione del tema, con lo scopo – attraverso la testimonianza di persone autorevoli in grado di spiegare e interpretare una società pluralistica – di ridurre l'incertezza, l'ansia da diversità, i timori; e di offrire le chiavi di lettura utili a favorire e migliorare la convivenza, a stemperare i contrasti e a gestire i conflitti.

Nell'analizzare le *modalità che governano la costruzione dell'agenda dei media* (Bentivegna, 1994, pp.42-43) è importante occuparsi della logica interna che presiede alle diverse fasi dello sviluppo di un tema. La riflessione sul newsmaking porta a riconoscere l'esistenza di obiettivi, di vincoli e di linguaggi che sono propri del sistema e che precedono l'individuazione di una notizia e la costruzione di un tema. Quali sono i criteri con cui i giornalisti scelgono gli eventi da mettere in pagina online oppure su cui costruire un notiziario radiofonico o televisivo, al di là di quegli eventi che per la loro importanza intrinseca si impongono all'attenzione dei media? "Il supposto interesse del pubblico e la supposta capacità di seguire correttamente la presentazione della story costituiscono senza dubbio alcuni elementi che caratterizzano il riferimento al criterio relativo al pubblico. Nella selezione e nella presentazione della story, viene così a giocare un ruolo rilevante l'interpretazione messa in atto dal giornalista circa i 'gusti' e le capacità interpretative del

pubblico. (...) Nel condurre in porto tale operazione, i giornalisti non fanno altro che mettere in atto procedure apprese mediante anni di socializzazione all'interno delle redazioni giornalistiche. Il secondo criterio che gioca un ruolo rilevante nella costruzione dell'agenda dei media è costituito da quello relativo alla concorrenza. Una testata prestigiosa ha il 'potere' di influenzare le altre testate, indicando temi ed approcci da seguire" (Bentivegna, 1994, p.43).

Superando procedure stereotipate e pregiudiziali, il Giornalismo interculturale evita la spettacolarizzazione, il bozzettismo, la caricatura degli eventi; valuta e soppesa senza enfasi quegli eventi. Data l'influenza dei temi "a svolgimento lento", il Giornalismo interculturale si impegna a "creare il tema" del dialogo fra persone di differente cultura, dell'attenzione alle culture altre, all'Altro come persona, senza indulgere in giudizi errati o in semplificazioni.

L'attenzione del Giornalismo interculturale va poi alla "dieta mediale" del pubblico, specie in una realtà in cui i nuovi media – dai siti Web su Internet, alla Tv in digitale e satellitare, alla fruizione delle notizie sui telefoni cellulari, ai social media – hanno modificato il modo e i canali con cui lettori e ascoltatori acquisiscono le informazioni. Il Giornalismo interculturale deve quindi operare sui vari media e tener conto dell'influenza reciproca che i mezzi di comunicazione esercitano, sia nella scelta di temi ed eventi che nel taglio dato alla presentazione dei contenuti mediali. Da non trascurare soprattutto il fenomeno della "seguitazione mediale", già evidenziato in questo libro, per cui un evento-notizia o un tema lanciato da un giornale o da un notiziario Tv o da un sito Web viene ripreso da altri media e amplificato, creando quindi quel fenomeno di "corrente principale" (mainstream) studiata dai ricercatori della Communication Research.

Nell'affrontare il tema dell'immigrazione e delle "culture altre", la seguitazione mediale ha veicolato spesso pregiudizi, stereotipi, quando non atteggiamenti diffamatori verso l'Altro: atteggiamenti che sono rimbalzati dall'uno all'altro medium, dall'uno all'altro giornale. Ebbene, il Giornalismo interculturale può utilizzare la "dieta mediale" del pubblico (e la "seguitazione mediale" dei media di massa) per presentare eventi-notizia e temi interculturali con modalità diverse da un certo giornalismo insensibile o non preparato a raccontare e testimoniare una società complessa, multietnica e pluralistica come la nostra.

Secondo Reese (1994, pp.214-215) la standardizzazione del contenuto dei media e il loro convergere, di volta in volta, su alcune notizie che assumono presto una maggiore rilevanza, ci porta alla domanda: in che misura le notizie sono in relazione con gli avvenimenti reali? Molti studi hanno messo a confronto la copertura dei media con le sue basi oggettive, giungendo alla conclusione che non esiste fra di esse una corrispondenza precisa. "L'omologazione dell'agenda dei media, il loro affidarsi a poche fonti importanti e la loro convergenza sui temi di maggior rilievo hanno assunto una forma tale da non poter essere sufficientemente spiegati attraverso i semplici fatti reali, e da far pensare che i ruoli principali vengono ricoperti da forze nascoste, che agiscono dietro le quinte" (Reese, 1994, p.216). Va anche detto, sempre con Reese (1994, p.224) che ogni organizzazione non esercita un potere soltanto su coloro che lavorano al suo interno ma anche sulle altre organizzazioni: tuttavia, a sua volta, essa è soggetta ad un potere superiore che la sottomette. Secondo questa prospettiva i giornalisti hanno un potere limitato, in quanto sono vincolati dalla forza della struttura burocratica in cui lavorano; tuttavia, essi, allorché hanno rapporti con elementi esterni all'organizzazione, possono essere considerati come agenti del potere di quest'ultima.

Come spiega Reese (1994, pp.226 e segg), le procedure abituali dell'attività giornalistica rappresentano una sorta di leva cui i centri di potere esterni possono aggrapparsi per influenzare il contenuto delle notizie. È necessario considerare gli operatori dei media come investiti di potere dalle proprie organizzazioni allorché trattano con elementi ad essa esterni e, al contempo, come soggetti al potere che questi elementi esterni esercitano su di loro. Una serie di studiosi ritengono che i media e gli altri sistemi sociali abbiano bisogno gli uni degli altri per il reperimento delle risorse vitali, e che la dipendenza esista nella misura in cui la soddisfazione degli obiettivi di una delle parti è condizionata dalle risorse che sono controllate da un'altra parte. Uno dei modi principali per mostrare il proprio potere è la capacità che ciascun mezzo di comunicazione ha di definire la realtà attraverso i propri articoli o i propri servizi; e attraverso una particolare strutturazione dell'informazione, malgrado gli sforzi delle fonti coinvolte per imporre una realtà differente.

In una società complessa e pluralistica, è importante che il Giornalismo interculturale su questo fronte agisca con determinazione; e che lo faccia sia sul piano individuale sia su quello

organizzativo. Si tratta di un giornalismo che si fa strumento di comprensione della società, di dialogo e di gestione dei conflitti; abbandonando tentazioni protestatarie o azioni di auto-esclusione dall'arena dei media. Solo così il Giornalismo interculturale può diventare un attore importante nell'azione e nei rapporti di potere. È un ruolo, quello esercitato dal Giornalismo interculturale, che non si realizza soltanto sul piano valoriale, sebbene chi scrive sia convinto della fondamentale azione delle coscienze e sulle coscienze. Esso deve agire anche nei confronti del potere diffuso e delle relazioni fra mass media e fonti di informazione.

Va ricordato, a questo proposito, che l'agenda dei media ha una connessione anche con il potere delle fonti. Reese (1994, pp.230 e segg.) rileva che di recente gli studiosi sono diventati più sensibili al potere esercitato dalle fonti sulla determinazione dell'agenda dei media, rifiutando l'ingenua nozione secondo cui quest'ultima sarebbe il punto di incontro delle esigenze più diverse. In particolare, le fonti che appartengono ai livelli più elevati esercitano un potere molto maggiore sull'agenda dei media di quanto non facciano gli individui e i gruppi di interesse pubblico. Quando media potenti incontrano fonti potenti, il risultato è spesso un rapporto simbiotico, caratterizzato da una stretta collaborazione fra le parti, la quale garantisce ad esse il godimento di benefici espliciti e diretti che verrebbero meno qualora tale collaborazione avesse termine. Ciascuna delle due parti ha bisogno dell'altra, e ciascuna fa in modo che la relazione appor- ti benefici a entrambe.

È un fatto che l'agenda dei media è più sensibile all'agenda politica – ed è da questa influenzata – che all'agenda del pubblico. Lo dimostra la scelta delle notizie sull'immigrazione. La voce delle istituzioni pesa (si vedano la ricerca di Corte, 2002, e di ProsMedia sull'Ansa nel capitolo IV) più dei protagonisti dei flussi migratori. La guerra sui media è una guerra fra gruppi di potere, tanto che c'è da chiedersi se la copertura mediale delle notizie su scontri militari in alcune aree del mondo sia frutto di attenzione alla vita umana, o non piuttosto funzionale alle spese militari e agli interventi dei poteri forti e dei governi. Altri interrogativi si pongono all'osservatore attento: per quale motivo i venditori abusivi nei centri storici fanno notizia e trovano spazio sui giornali e in Tv? Perché vi è così tanto interesse per avvenimenti che hanno come protagonisti i cosiddetti "nomadi", che spesso nomadi non sono ma sono stanziali? Vi sono ragioni

oggettive, informative, legate alla funzione mediale della stampa; o l'operazione di newsmaking ha ragioni economiche e politiche esterne?

Un giornalismo che voglia essere interculturale si interroga su questi temi, si rende consapevole di queste dinamiche; attua ogni giorno un'azione "umanamente eversiva" dell'ordine mediale costituito. Un'azione eversiva verso l'amore, verso il rispetto dell'Altro, il dialogo, la comprensione, verso il rifiuto dell'omologazione e dell'offesa alla persona; perché l'educazione interculturale è anche "educazione all'amore" (Portera, 1997, p. 217).

Il giornalista interculturale opera allora su due fronti e lo fa nel medesimo tempo: sul piano personale professa e realizza i valori della Pedagogia interculturale; sul piano professionale si interroga sui meccanismi che legano il potere dei media al potere economico e al potere politico. In questo modo, l'agenda dei media viene smontata dall'interno, sezionata e osservata in modo critico. Ogni scelta viene posta in una luce indagatrice e interrogatrice: quali notizie vanno incontro alle esigenze informative del pubblico? Quali altre sono dettate o influenzate o inquinate dalle pressioni esterne di forze che vogliono condizionare i temi e gli eventi da porre all'attenzione dei lettori e dei telespettatori? Perché vengono accostate notizie, foto e articoli, o servizi televisivi e quale impatto interpretativo e semantico ha tutto questo sul pubblico?

I giornali si occupano, talvolta criminalizzandoli, di individui innocui o relativamente poco pericolosi. Vi è un "accanimento mediale" contro i soggetti deboli – come nel caso dei cittadini immigrati che si rendono protagonisti di taluni episodi – e può succedere che stampa, radio, Tv, siti Web informativi, social network li trasformino in "mostri" a causa della loro diversità. Tanto che risulta più pericoloso e colpevole un pirata della strada con cittadinanza straniera di un pirata della strada italiano. Basti del resto il confronto fra l'enfasi e la criminalizzazione sovente personalizzata dei venditori abusivi, quasi sempre stranieri, che operano nei centri storici e il silenzio sui protagonisti dell'evasione fiscale. Con questo non si vuole negare che l'illegalità debba essere comunque combattuta, dato che l'educazione alla legalità è uno dei valori dell'Educazione interculturale. Si vuole evidenziare l'uso di due pesi e di due misure nei confronti di soggetti che hanno poteri contrattuali diversi: il venditore abusivo su strada e il potente imprenditore evasore

fiscale (il quale, va ricordato, danneggia la stragrande maggioranza di imprese in regola con le imposte). L'accanimento mediale è uno degli errori in cui non deve cadere un giornalista interculturale.

Citando alcuni studiosi, Reese (1994, p.235) mette in rilievo – nell'analisi dell'agenda-setting – come la dipendenza dei giornalisti dei piccoli media dai ritmi delle burocrazie locali (fonti di informazioni) spinga questi cronisti a legittimare il sistema politico vigente, diffondendo idealizzazioni burocratiche del mondo ed eliminando le interpretazioni degli eventi che potrebbero risultare meno gradite alle élite. Le fonti costituiscono poi il traino per molte notizie, con un'operazione di "sovvenzionamento" informativo che esercita una forma di potere sulla produzione delle informazioni. Molte azioni di coloro che si occupano delle pubbliche relazioni influenzano l'agenda dei media perché costoro fanno fronte, parzialmente o interamente, al costo dell'informazione per le organizzazioni dei media. Coloro che dispongono di un grande potere finanziario hanno maggiori possibilità di veder rappresentato il proprio punto di vista all'interno dei media. Inchieste e approfondimenti sono spesso influenzati (Seghetti, 2005, pp.399 e segg.) dagli inserzionisti e da chi ha potere economico sui giornali e sui giornalisti.

L'influenza del potere economico e finanziario sui media si esercita – va evidenziato – anche in altri modi, che hanno riflessi diretti sull'attività redazionale, sulla scelta, la valorizzazione e la presentazione delle notizie entro il formato del giornale o della Tv. È un'influenza di tipo "culturale". Ai vertici delle organizzazioni medialì (le imprese editoriali) vi sono manager che puntano, come loro missione fondamentale, al profitto, alla creazione di utili. Il valore culturale del giornale, dell'impresa editoriale passa in secondo piano. Questo può riflettersi anche nella nomina dei direttori dei giornali: direttori-manager che pensano più ai conti, alle copie vendute (peraltro in calo) e agli spazi pubblicitari ospitati che alla qualità giornalistica e culturale (ancor meno a quella "interculturale") dei giornali. Cosa accade in un quadro siffatto? Che non vengono investite risorse utili al miglioramento qualitativo del prodotto-giornale (nuove tecnologie, formazione, servizi alla redazione, utilizzo di inviati, programmazione di inchieste), tanto da far scaturire il dubbio che le notizie, tranne quelle legate alle fonti importanti, siano solo utili a chiudere gli spazi lasciati liberi dalla pubblicità. Il risultato lo abbiamo dai dati sulla pubblicità e sulla vendita dei giornali.

li in edicola: una discesa verticale a cui contribuisce, per una parte importante, anche la qualità mancata e l'economicismo miope della gestione delle imprese editoriale.

Se stringiamo il campo alla "questione interculturale", va sottolineato che le fonti condizionano i giornali, per ragioni economiche e di rapporti di potere. Dei cittadini immigrati viene data notizia quando le fonti – forze dell'ordine, governo, Comuni – forniscono il materiale, vuoi attraverso la diffusione delle notizie-eventi, vuoi attraverso le dichiarazioni pubbliche che costituiscono una quota rilevante del flusso informativo (Corte, 2002). I media sono così in balia, in modo consapevole o meno, delle fonti. Ecco, allora, che il Giornalismo interculturale dovrà recuperare autonomia nella raccolta delle notizie, nella loro verifica, nell'attività di indagine.

Per scardinare l'agenda di quei media che sono insensibili e impreparati di fronte a una società pluralistica, il Giornalismo interculturale deve recuperare la tradizione investigativa, d'inchiesta che – anche a livello italiano – ha raggiunto grandi risultati. Basti pensare ad uno dei più grandi giornalisti italiani di cronaca nera, Tommaso Besozzi, che sulle pagine del settimanale "L'Europeo" smascherò la versione ufficiale sulla morte del bandito Salvatore Giuliano con un articolo – uscito il 12 luglio 1950 – intitolato: "Di sicuro c'è solo che è morto". Besozzi, scomparso nel 1964, così comincia l'articolo sul bandito Giuliano: "Chi è stato a tradirlo? Dove è stato ucciso? Come? E quando? La grande maggioranza dei siciliani non crede alla descrizione ufficiale del conflitto nel quale ha trovato la morte Salvatore Giuliano. E anche noi dobbiamo confessare di avere inutilmente tentato di mettere d'accordo parecchi particolari di quella relazione con i luoghi, le circostanze, il racconto di chi quella notte vegliava a pochi passi di distanza dal tragico cortile in cui si è svolto l'epilogo del dramma o è stato svegliato dal fracasso delle fucilate. Tutto ciò si chiamerà forse cercare il pelo nell'uovo, ma l'esame delle incongruenze, dei punti oscuri, dei dubbi che inevitabilmente nascono nella mente di chi abbia tentato sul posto di ricostruire la scena non cesserà per questo di essere interessante".

Dietro a tante notizie che riguardano i cittadini immigrati (ma anche a quelle che riguardano tutti i cittadini), dietro a tanti silenzi, dietro a tante versioni ufficiali, vi sono altre verità, altri eventi, valori e situazioni da portare alla luce. Un giornalismo che voglia dirsi interculturale non può trascurare di farsi inter-

rogante, insofferente alle verità proclamate, scontento del fermarsi all'apparenza; deciso a quell'interazione, a quella comprensione, a quell'empatia, a quel dialogo che fanno di una certa azione, un'azione interculturale.

Un ultimo aspetto dell'agenda dei media è quello legato al rapporto fra le diverse organizzazioni mediali. Nel suo studio, Reese (1994, p.238) sottolinea che sebbene sia possibile definire i rapporti fra i media e le fonti, il legame più interessante, per quanto riguarda questo livello, è quello che intercorre fra le diverse organizzazioni dei media. Se un'organizzazione ha influenza sulle altre, essa ha, in proporzione, più potere in rapporto alle fonti. I sociologi che si occupano dei mezzi di informazione sanno da tempo che gli operatori dei media si fanno guidare dalle scelte compiute da altri mezzi di comunicazione per la selezione delle notizie da pubblicare. Chiaramente, i giornali di maggior prestigio contribuiscono alla determinazione dell'agenda di quelli più piccoli.

Va anche detto che i media più piccoli possono suggerire temi ed eventi-notizia che i media più grandi o che altri tipi di media riprendono, sviluppandoli, presentandoli in una veste amplificata; è vero comunque che un mass medium più potente ha un'influenza sui media minori. Un'influenza che non si esercita soltanto sul piano dei temi affrontati, degli eventi riportati, ma anche sul taglio dato alla presentazione di un certo argomento o fatto; addirittura anche sull'impianto visivo (la grafica di un giornale piuttosto che la scenografia di uno studio televisivo) dei media minori. Questo non è di per sé un limite o un difetto della comunicazione giornalistica, purché vi sia da parte del medium che recepisce l'agenda dei fatti l'impegno a verificare quanto gli viene proposto, ad approfondire, a confrontare. Il problema sorge quando l'influenza fra i media porta all'appiattimento, al conformismo, a quella "seguitazione mediale" di cui si è già detto.

I rapporti che vigono fra le organizzazioni dell'informazione – fa notare Reese – possono essere simbiotici nel senso che ciascuna contribuisce a legittimare il lavoro delle altre. Il grande numero crea una sensazione di sicurezza. La competizione, invece, nasce dal tentativo di superarsi a vicenda nella copertura di qualche fatto nuovo o di una nuova piega assunta dai vecchi fatti, e dallo sforzo di fare tutto ciò più velocemente degli altri (lo scoop). In questo senso, molte organizzazioni differenti possono produrre il proprio contenuto all'interno di una

cornice comune e consensuale che riflette lo status quo, differenziandosi soltanto per alcuni elementi secondari.

Anche se il numero dei media è oggi molto più grande che in passato, il fenomeno di agenda-setting fra un mezzo di comunicazione e l'altro può ridurre la differenziazione informativa che, altrimenti, ci si potrebbe aspettare. Grandi forze centripete agiscono e spingono all'omologazione persino i media più diversi; seguire la via indicata dagli altri permette infatti, riducendo i rischi, di tagliare notevolmente anche i costi. È anche su questa visione "economicistica" che deve agire il Giornalismo interculturale, smascherando la facile illusione dell'informazione a buon mercato e superficializzata. Si tratta infatti di un'informazione che porta il pubblico a disaffezionarsi, a cercare in altri canali informativi – i blog su Internet, le riviste di nicchia, i siti Web alternativi – nuovi ingredienti per una diversa e migliore dieta mediale. L'impegno del Giornalismo interculturale sta anche nel far comprendere che l'informazione non è trattabile come una "merce" qualsiasi; ma che ha un ruolo civile e culturale al quale non può in alcun modo sottrarsi.

Infine, ultimo aspetto ma non meno importante, l'incidenza che possono avere nell'agenda dei media le organizzazioni di volontariato legate al mondo dei migranti, le associazioni di cittadini immigrati, il settore non-profit. Utilizzando gli strumenti della comunicazione pubblica e del giornalismo, questi soggetti possono incidere sui mass media proponendo una visione più completa, diversa, non stereotipata dell'immigrazione. Così come le fonti istituzionali (forze dell'ordine, magistratura, governo) e quelle politiche propongono una propria visione e versione del fenomeno immigrazione, allo stesso modo vi possono essere forze sociali capaci di fare "informazione alternativa" (temi diversi da quelli di solito proposti ai media) e di fare "controinformazione" (una diversa versione di uno stesso accadimento trattato dai media). Acquisita credibilità e agendo in modo professionale, le fonti alternative possono entrare nel gioco quotidiano – una vera e propria "battaglia" – per dettare contenuti e tempi dell'agenda dei mass media. Ecco perché è importante la "comunicazione sociale", che dà voce a chi voce non ha; o ne ha molto poca.

Terza azione: il linguaggio, strumento per prevenire i pregiudizi. Il nostro nome, il nome proprio che portiamo con noi sin dalla nascita è un qualche cosa che ci appartiene in modo intimo. Racchiude, nel meraviglioso suono che per noi esso

rappresenta, tutto il nostro passato e ci àncora al presente, consentendoci di progettare il nostro futuro. Dale Carnegie (1991, p.102), noto per le sue tecniche di relazione, spiega che “dovremmo essere consci del magico potere nascosto in un nome. E capire che questa singola particolarità è di proprietà esclusiva del suo possessore. I nomi distinguono gli individui. Li rendono unici fra tutti. (...) Ricordatevi che per una persona il suo nome è il suono più importante e più dolce in qualsivoglia lingua”.

L'incontro fra le persone avviene attraverso il nome, il quale racchiude un universo di significati, un richiamo all'intimità del singolo, alla sua storia personale e alla sua individualità e unicità esistenziale. Anche nella comunicazione educativa il nome svolge un ruolo importante: “L'incontro davvero nuovo, che apre la persona a sé stessa, aiutandola a riconoscersi e ad amarsi, è consegnato ad uno sguardo empatico e a parole rivelative che, per lo più, si assommano e si concludono nell'essere chiamati per nome” (Bellingreri, 2005, p.350). Nella profondità del desiderio, dell'incontro, dell'appartenenza reciproca vi è il “nome proprio”: “Questa parola può essere il centro dell'illuminazione della persona: porta infatti l'apertura del cuore di chi è da essa chiamato, nel momento stesso in cui costituisce una rappresentazione della forma personale. Chi è chiamato col nome proprio, allora, si rivela nell'atto in cui, responsabilmente si offre e si attesta” (Bellingreri, cit.).

Queste considerazioni che vanno al profondo dell'animo umano ci fanno capire come la negazione del “nome proprio”, la sua sostituzione con un'etichetta generica, sia una forma di estraniamento, di negazione dell'individualità, di soppressione della persona, di ferita esistenziale. Nel nome “Maurizio”, chi scrive ritrova tutto il proprio percorso, il proprio arco di vita, la durata di un impegno nel mondo dalla nascita (e anche prima della nascita, sin dal grembo materno) all'oggi; e dall'oggi al futuro tracciato nella mente e nell'anima attraverso sogni e progetti. Se “Maurizio” dovessimo sostituirlo con “italiano”, o con “veronese” (originario della città di Verona), priveremmo chi scrive di gran parte della propria storia esistenziale; ridurremmo la poliedricità della sua personalità, le sfaccettature e le fondamenta del suo essere ad un aspetto di tipo etnico, culturale, nazionale o cittadino. Escluderemmo buona parte del tutto, per far emergere solo “una parte”.

È quanto fanno i mass media nel momento in cui ignorano, escludono la personalità degli individui e riducono tutti i citta-

dini stranieri ad una grande massa indistinta, spesso misteriosa e talvolta minacciosa: gli “immigrati”, gli “extracomunitari”. Vi è “una negazione di identità, spesso involontaria, ma non per questo meno dolorosa per chi la subisce” (Cotesta, 2003, p.82). Uno degli impegni del Giornalismo interculturale è allora quello di “ridare il nome proprio” alle donne, agli uomini e ai bambini che i mass media etichettano come “extracomunitari”, “marocchini”, “romeni”, “albanesi”, “senegalesi”, “slavi” e via dicendo. Sia nei titoli dei giornali che nei testi è importante che si attui la revisione di un’abitudine sbagliata e, soprattutto, deleteria, foriera di conflitti culturali.

Perché è importante agire sul linguaggio dei mass media? Perché i media, come abbiamo visto trattando delle teorie delle comunicazioni di massa, hanno un’influenza sul linguaggio dei lettori e dei telespettatori. La lingua, da parte sua, è una “macchina per significare” (Simone, 1999, p.458). La sua funzione principale e originaria è di scambiare e trasmettere significati, attraverso l’associazione fra l’espressione e il contenuto: un’associazione che consente ad un contenuto di manifestarsi grazie ad un collegamento regolato (attuato in base a delle regole) con un’espressione percepibile a livello sensoriale. L’associazione fra l’espressione sensoriale (una parola, nella funzione di “significante”) e il contenuto (definito come “significato”) è immotivata, arbitraria, senza una ragione logica o naturale (Gensini, 1999, p.39), tanto che gli utenti sono liberi di collegare come vogliono i due piani del segno (significante e significato).

Nel momento in cui, a livello massmediale, si utilizzano le espressioni di nazionalità (“albanesi”, “marocchini”, “romeni” e via dicendo), oppure i termini “immigrati”, “extracomunitari” in contesti negativi, caratterizzati da minaccia, pericolo, insicurezza, illegalità, tensione, ansia, problema, si produce un effetto: quello di portare il pubblico dei mass media a “connotare” in modo negativo quei termini. Va ricordata, a questo proposito, la differenza fra “denotazione” e “connotazione” (Simone, 1999, p.469). La denotazione (o significato denotativo) è il significato primario di una parola, assegnato in modo arbitrario e convenzionale secondo le regole di una certa lingua: ecco che tutti i lettori italiani penseranno ad un certo oggetto quando leggeranno la parola “automobile”, dato che condividono tutti lo stesso codice linguistico, lo stesso vocabolario. La connotazione (significato connotativo) è il significato “spostato”, un significato ulteriore prodotto in riferimento ad un particolare contesto lingui-

stico e ad una certa situazione comunicativa (si veda anche Gensini, 1999, pp.23, 122, 196).

Dalla scelta delle parole, dall'impiego del linguaggio possiamo dedurre quale e quanta volontà di relazione, di dialogo, di confronto, di rispetto vi sia in un giornale. "Il nome è il primo e fondamentale modo di rapportarsi con l'Altro; dargli un nome, chiamarlo, è un modo di stabilire la relazione con lui. Qui incontriamo già una duplice possibilità: imporre un nome attingendo al nostro dizionario dei nomi oppure accogliere il nome che egli si dà. Poiché non possiamo percepirlo, se non all'interno della nostra prospettiva sul mondo, si apre subito la possibilità di un conflitto culturale intorno alla sua prima e fondamentale identità" (Cotesta, 2003, p.82).

Il Giornalismo interculturale è un giornalismo attento al linguaggio, alle parole che usa. Non si preoccupa dell'impiego di una lingua "politicamente corretta". Si preoccupa semmai degli effetti che certe parole producono sui cittadini di differenti cultura e sui cittadini autoctoni. Il percorso verso un linguaggio rispettoso e più preciso è già stato fatto dai mass-media nel raccontare la disabilità: da "handicappato" si è passati alla parola "portatore di handicap", a "disabile", a "diversamente abile". Nessuno si sognerebbe di titolare in questo modo un articolo su un incidente che veda coinvolta una persona diversamente abile: "Storpio travolto da un'auto pirata". L'integrazione, il superamento dei pregiudizi, l'andare oltre gli stereotipi passano attraverso l'uso del linguaggio. Una guida utile e pratica a un "*Parlare civile. Comunicare senza discriminare*", come recita il titolo, è quella del Redattore Sociale (2013), a cui si rimanda per i dettagli, gli esempi e le motivazioni di una scelta giornalistica interculturale, che punta al rispetto della persona. Da segnalare, poi, il libro di Guadagnucci (2010) "*Parole sporche. Clandestini, nomadi, vu cumprà: il razzismo nei media e dentro di noi*". Altri esempi e riflessioni sono pubblicati nei blog di Maurizio Corte (www.mauriziocorte.org e www.mauriziocorte.it) e di ProsMedia (www.prosmedia.org), dove è possibile leggere i materiali didattici a integrazione e completamento di questo testo.

Vogliamo proprio partire dalla parola "persona" – o ritornarvi, dato che l'abbiamo utilizzata più volte in questo libro – per sottolineare che il Giornalismo interculturale è un giornalismo attento alla singolarità dell'essere umano, alla sua unicità. Non utilizza la parola "*extracomunitario*" perché, oltre ad eti-

chettare chi è escluso dalla comunità, nega la totalità e il valore della persona nella sua unicità e l'assimila ad un gruppo indistinto che esiste solo nella finzione massmediale.

Il Giornalismo interculturale non utilizza, se non quando necessario e comunque in un contesto non discriminante, i *sostantivi di nazionalità* ("marocchini", "albanesi" e via dicendo) perché sono la riproposizione, quarant'anni dopo, dei sostantivi di "regione" ("siciliani", "napoletani", "calabresi", "meridionali") utilizzati dai giornali che, allora come oggi, non sapevano leggere, capire e raccontare in modo compiuto e rispettoso il fenomeno immigratorio da Sud a Nord; e perché, come allora, negano la cultura, il valore, l'identità delle persone in termini onnicomprensivi che nulla dicono di reale e di vero e molto connotano in modo dispregiativo. Fermarsi alla nazionalità o all'etnia di una persona, come focus della notizia anche se la nazionalità o l'etnia non c'entrano nulla, vuol dire raccontare solo una storia di quella persona; vuol dire mettere in rilievo solo un lato, e perdersi il resto della vicenda umana e sociale, come fa notare in una Ted conference la scrittrice nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie ("The danger of a single story", sul sito Web www.ted.com).

Alla *parola immigrato*, il Giornalismo interculturale, preferisce la parola "cittadino immigrato", "cittadino marocchino" (o di origine marocchina, od originario del Marocco): è un modo per riconoscere la cittadinanza di una persona, per evitarne l'esclusione dalla comunità, per favorirne il rispetto e la considerazione da parte del pubblico dei lettori.

Il Giornalismo interculturale, soprattutto, non accetta il vocabolario proposto e imposto dalle "fonti ufficiali" – burocrazia, forze dell'ordine, magistratura – che non possono pensare di sostituirsi ai mass media nella lettura e nell'interpretazione della realtà. Fa notare Baldini (2004, pp.128-129), trattando di quell'italiano grottesco che è il "poliziesco" (il linguaggio delle forze dell'ordine), che "tanto il burocrate quanto il poliziotto spesso parlano in cifra, in modo indiretto, poco comprensibile per i non addetti ai lavori. Il burocrate e il poliziotto non amano la chiarezza, entrambi riescono a comunicare il banale contenuto dei loro asserti in modo spesso incomprensibile e ambiguo. Entrambi amano l'antilingua. (...) Il poliziotto ama l'impersonalità, l'ufficialità, tende al distacco, cerca l'oggettività, ambisce al prestigio del linguaggio scientifico-tecnologico. È un linguaggio che sovrabbonda di frasi fatte, oscuro per imprecisione

lessicale, per imperizia sintattica, per i goffi tentativi volti a conseguire la magniloquenza. (...) La sua oscurità, in breve, deve tutto all'imprecisione del locatore e si radica su deformazioni, per lo più inintenzionali, della lingua o del dialetto".

Banalità, oscurità, deformazioni, pseudo-scientificità: è a questi modelli che i giornali debbono continuare a conformarsi? È con quelle espressioni banali, oscure, deformanti, "tendenti all'oggettività" che vogliono informare il lettore? Il Giornalismo interculturale, nel rigettare tutto questo, non parla solo al cuore dei giornalisti, degli operatori dell'informazione, ma parla anche alla loro intelligenza. Un linguaggio rispettoso della diversità, quindi "interculturale", è prima di tutto un linguaggio preciso, funzionale alle intenzioni comunicative dei mass media; oltre che un linguaggio attento alla persona e sensibile al valore di quel "nome proprio" che identifica ciascuno in modo unico e univoco. Come scrive Bonucci (1999, p.312), al giornalismo è assegnato uno specifico valore "di battaglia culturale e civile strettamente ancorata alla realtà dei tempi e alla coscienza di chi quei tempi sta vivendo". Maalouf (2001, pp.311-312), che trova "normale, giusto, sensato non chiamare le persone con dei nomi in cui non si riconoscono", sottolinea l'attaccamento a una "cultura della pace" intesa come uno scrivere "non solo per predicare semplicemente la tolleranza, l'accordo, la coesistenza, ma scrivere per suscitare nel lettore delle reazioni che non siano solo di odio, di difesa, di affermazione di sé stessi contro gli altri, per produrre nel modo più sottile possibile delle reazioni di apertura e di comprensione verso l'Altro".

Quarta azione: la formazione dei giornalisti. Le differenze culturali si possono rivelare una ricchezza laddove si sappia come affrontarle e come utilizzarle. Sono da considerarsi, sottolinea Portera (2004, p.191), come "le vere opportunità educative del XXI secolo. In tal senso è da introdurre in ogni settore della nostra vita una prospettiva veramente interculturale, che promuova la gestione non violenta e costruttiva dei conflitti, che riconosca e sostenga non solo i diritti ma anche i doveri ed i limiti di ogni essere umano o gruppo sociale, che permetta di avvalorare al meglio le pluralità linguistiche, religiose e culturali".

Un ruolo fondamentale, in questo senso, lo recita la formazione. Il Giornalismo interculturale richiede una formazione sia sul piano dei sentimenti che del bagaglio professionale. Di qui l'importanza di un insegnamento che – attingendo alle conquiste e alle problematiche pedagogiche e utilizzando gli strumenti

teorici della Psicologia e della Sociologia della comunicazione – sappia formare le nuove leve di giornalisti e di operatori dell'informazione (fotografi, cameraman, sceneggiatori, autori multimediali, digital marketer, social media manager eccetera). A questo proposito, l'Università degli Studi di Verona, su richiesta del Centro Studi Interculturali diretto da Agostino Portera, nel 2003 ha introdotto, prima in Italia, un insegnamento di Giornalismo interculturale per gli allievi e le allieve della laurea magistrale in Editoria e Giornalismo. Si tratta di un insegnamento che mira a creare nei futuri operatori dell'informazione una coscienza critica; e a fornire loro gli strumenti culturali per superare stereotipi, pregiudizi e limiti delle routines redazionali e dell'organizzazione dei mass media italiani. Acquisita ormai alla letteratura scientifica la critica al modo in cui i media presentano il fenomeno immigrazione, tocca ora al Giornalismo interculturale indicare i possibili percorsi per una comunicazione che meglio sappia leggere, interpretare e rappresentare la società complessa e pluralistica in cui viviamo.

Il percorso universitario è però uno dei percorsi possibili. Esso si rivolge, in modo inevitabile, ad una parte soltanto dei futuri comunicatori, webmarketer e operatori dell'informazione. Come sensibilizzare e formare la gran massa dei giornalisti e chi opera nel mondo dei mass media? Corsi di aggiornamento, condotti in una prospettiva interculturale, sono in funzione in varie realtà italiane, universitarie e non. Con la formazione obbligatoria per i giornalisti, a partire dall'anno 2014 ci sono le condizioni per un rinnovamento – anche sul piano etico e interculturale – della professione.

È una partita importante, perché la professione giornalistica ha sempre fatto affidamento più sulla buona volontà e sugli interessi dei singoli che su un'organizzazione formativa obbligatoria e articolata. A questo proposito Papuzzi (2002, p.314) fa osservare che “le nuove tecnologie e i nuovi media hanno rivoluzionato il rapporto con il pubblico a cui i giornali sono destinati: in sostanza è cambiato e si è ampliato il modo di comunicare le notizie. Da un lato si è fatto più complesso, dall'altro richiede competenze divulgative. In secondo luogo, bisogna considerare anche come sono cambiati lettori e audience, in relazione alle trasformazioni economiche e sociali”. Mentre Varni (2002, pp.319-320) sottolinea la necessità, per il giornalismo dei nostri tempi, di coniugare nuove manualità tecnologiche e inedite organizzazioni del lavoro a più profonde consapevolezze

teoriche e un più ampio bagaglio culturale: i giovani aspiranti giornalisti vanno preparati in modo adeguato alla complessità dell'oggi, combinando le fondamenta del mestiere con più vaste conoscenze teorico-pratiche. L'incidenza del giornalismo sulla società richiede insomma garanzie professionali anche sulla preparazione culturale e pratica di chi esercita questo mestiere.

La necessità di un'azione di formazione per i "nuovi giornalisti" e di aggiornamento per chi è già del mestiere risulta evidente se analizziamo "chi sono" e quale preparazione hanno i giornalisti italiani. Per dare una risposta a queste domande ci rifacciamo ad un'indagine descritta e commentata da Buonanno (2003, pp.59-72) in un breve saggio intitolato "L'identità incerta dei giornalisti italiani, ovvero una professione senza frontiere", a cui rimandiamo per l'interesse che questo studio riveste. La "pluralizzazione" enorme delle pratiche lavorative, fatte rientrare sotto le insegne del giornalismo, inducono Buonanno (2003, pp.71-72) a concludere che "la coesistente pluralità di figure eterogenee (spesso equiparate sul piano dei compiti e delle funzioni), e la convivenza del lavoro dell'informazione e delle attività di comunicazione entro i medesimi confini di un campo giornalistico dilatato, disegnano un quadro di massima indefinità del territorio professionale, nonché di estrema nebulosità delle sue frontiere".

A distanza di anni dalle osservazioni di Buonanno, possiamo affermare che la professione giornalistica è diventata ancor più complessa e articolata. Così come più complesso e articolato si è fatto il sistema dei media, grazie anche alla diffusione dei social network e di molti altri mezzi e occasioni di comunicazione. Le sfide poste dai nuovi canali si sommano alle sfide poste dalla società multiculturale: la somma di nuovi media e nuovi soggetti sociali rende più difficile fare giornalismo; e rende più cogente la necessità di formazione e di riposizionamento della professione.

Il rischio, infatti, è che quella nebulosità indicata da Buonanno si traduca in una indeterminatezza anche sul piano della forza culturale e della capacità interpretativa della realtà complessa e pluralistica in cui viviamo; e che tutto questo si intersechi con la problematiche date dalla velocizzazione dell'informazione e della professione giornalistica e comunicativa, prodotta dalle nuove tecnologie di comunicazione. Il Giornalismo interculturale si pone, quindi, anche come occasione per studiare (o ristudiare) la teoria e la tecnica del giornalismo in modo critico,

oltre che come momento di formazione e di aggiornamento sulle problematiche interculturali che gli sono proprie. L'analisi critica della professione giornalistica, delle sue routines, delle sue scelte editoriali e redazionali fa parte del bagaglio del giornalista "interculturale", perché senza conoscenza, senza cultura, senza approfondimento critico non vi può essere il superamento di posizioni pregiudiziali e stereotipate che spesso caratterizzano l'universo mediale italiano.

È importante uscire dalle secche di posizioni pessimistiche e fatalistiche sulle routines redazionali e su come viene confezionata e gestita l'informazione. Il sistema dei mass media non è immutabile. Fedeli all'utopia e alla forza rivoluzionaria, teorica e pratica, dell'orizzonte pedagogico (Portera, 2004, Frabboni-Pinto Minerva, 2005), non possiamo non affermare il diritto-dovere di una comunicazione interculturale a livello dei mass media: una comunicazione che nelle sue varie articolazioni – giornalismo, fiction, marketing, pubblicità – sappia parlare "della diversità" e "alla diversità" in un modo non ghetizzante, non escludente, non discriminante.

Quinta azione: un diverso rapporto con le fonti. Nelle azioni pratiche per un Giornalismo che sia interculturale non può mancare una revisione del rapporto con le fonti, ufficiali e non. Come si evince dalle ricerche su "media e immigrazione", sono soprattutto le fonti ufficiali a parlare (governo, politici, magistratura, forze dell'ordine). Sono fonti che tentano di imporre, in modo del tutto legittimo, un proprio linguaggio, una propria agenda dei fatti e dei temi (le *issues*), e una propria chiave interpretativa (un proprio "frame") degli eventi.

Richiamandoci a Lepri (1991), dobbiamo ricordare che i giornalisti e i comunicatori sono professionisti che "mediano" fra le fonti e il pubblico. Compito di giornalisti e comunicatori, quindi, non è di fare da megafono, da amplificatore di ciò che le fonti dichiarano: ma di conoscere, selezionare, filtrare e valutare (prima di rendere noto) quanto le fonti hanno da dirci.

Come osserva Marini (2006), "gli *issues promoters* si pongono la finalità fondamentale dell'attenzione e quindi della circolazione del loro discorso: da qui si origina il problema del rapporto (diretto e indiretto) con i media". La partita che si gioca è quella della "costruzione sociale della realtà" da parte di istituzioni, organizzazioni e individui: una costruzione sociale della realtà (ad esempio, della "realtà dell'immigrazione") che viene attuata in funzione degli obiettivi e degli interessi delle

fonti ufficiali, non in funzione degli obiettivi e degli interessi dei media e del pubblico.

Nell'arena pubblica, là dove la discussione ha luogo, vi è una competizione fra i soggetti, fra le fonti, i media, le istituzioni, le organizzazioni e – con i social network – fra gli stessi fruitori delle notizie che divengono spesso fonti a loro volta. Ebbene, comunicatori e giornalisti hanno il diritto/dovere di non appiattirsi sulle visioni e sulle costruzioni fornite dalle fonti, siano esse ufficiali o meno. Soprattutto, giornalisti e comunicatori non debbono appiattirsi sulle fonti tradizionali e istituzionali, ma ricercare anche altre fonti (attendibili e degne di fiducia), in modo da arricchire il racconto degli eventi; e in modo da fornire al lettore più punti di vista, più complete costruzioni simboliche.

Una società pluralistica presenta tratti complessi, eventi innatesi e situazioni sovente di difficile interpretazione. Essa pone i giornalisti e i comunicatori di fronte a una “fatica interculturale”, a un impegno di selezione, racconto e presentazione delle notizie che non è facile. La sfida professionale è pertanto avvincente e ardua da superare: richiede competenza, apertura mentale, consapevolezza degli stereotipi e dei pregiudizi, conoscenza delle tematiche, volontà di scavare e di comprendere, andando ben oltre le visioni scontate e preconfezionate. È una situazione che richiede uno *sforzo professionale* e una *spinta d'orgoglio da parte degli operatori dell'informazione*, pena l'essere strumentalizzati a beneficio degli interessi di altri, mentre il loro interesse è di farsi mediatori autorevoli e apprezzati agli occhi dei lettori.

Si badi bene: farsi mediatori autorevoli e apprezzati agli occhi dei lettori non significa assecondare le (presunte) volontà di spettacolarizzazione e drammatizzazione delle notizie che possono venire dal pubblico. Come ci ricorda McQuail (2001, p.289) “il termine *pubblico* è fondamentalmente astratto e discutibile, e la realtà a cui questo termine si riferisce è composita e in continua trasformazione”. Il calo nelle vendite dei giornali quotidiani e periodici, e il calo negli ascolti televisivi generalisti da parte del pubblico giovanile e di quello più colto e smalzito, dovrebbero ammonirci sull'idea di pubblico che taluni operatori dell'informazione ancora conservano.

Su un altro fronte, con il Web – ove tutto è tracciabile e misurabile – possiamo pensare di avere riscontro immediato delle scelte editoriali: possiamo pensare di misurarne il successo o l'insuccesso. L'informazione giornalistica online, però, non va

confusa con il webmarketing: non è sufficiente accontentare i gusti del pubblico, accarezzarne le preferenze e assecondarne le tendenze. Il giornalismo, appunto perché selezione e mediazione condotta da professionisti indipendenti dalle fonti e dai destinatari dei messaggi, ha anche il compito di aprire nuove strade, di tentare autonome letture e rappresentazioni della realtà. Un giornalismo che sia interculturale ha il dovere soprattutto di mettere in forma “costruzioni sociali della realtà” che siano in linea con il rispetto dei diritti fondamentali della persona; e con i precetti della deontologia professionale.

Sesta azione: l'attenzione ai “frame”. Graber (1984, cit. in McQuail, 2001, p.354) definisce i “frame” come schemi interpretativi che forniscono una guida alla scelta, alla rilevanza e alla cognizione di quanto accade: sono costruiti socialmente e sono largamente condivisi. I frame sono quindi strutture cognitive che organizzano la conoscenza di situazioni e individui, prendendo spunto da situazioni precedenti, richiamando informazioni memorizzate ed elaborando nuove informazioni.

Tradotto in linguaggio corrente, potremmo dire che un “frame” è una finestra sulla realtà; è una cornice interpretativa che attinge alla memoria, alle conoscenze possedute, alle visioni del mondo. Proprio perché cornici interpretative, i frame sono strumenti che ci fanno leggere fatti, eventi, situazioni, persone, organizzazioni in un certo modo, anziché in un altro. Nel caso delle migrazioni, ad esempio, potremmo avere il frame dell'invasione piuttosto che il frame della ricerca di diritti e di migliori condizioni di vita. Nel rapporto con l'Alterità, con la diversità culturale, possiamo avere (od impiegare) il frame della minaccia e del pericolo, piuttosto che il frame della risorsa e dell'arricchimento reciproco.

È di per sé evidente che i media – dai mass media al Web 2.0 dei social network – contribuiscono a formare e a diffondere un certo frame anziché un altro. Giornalisti e comunicatori hanno così la responsabilità di trasferire al pubblico – ma anche di recepire dal pubblico – questa o quella chiave interpretativa; questo o quel frame. Come sottolinea McQuail (cit. p.354), i frame sono influenzati dalle circostanze, dai punti di vista, dai pregiudizi e, possiamo aggiungere, dalla formazione professionale del pubblico e degli operatori dell'informazione. Come per le notizie, possiamo avere anche per i frame soluzioni “egemoniche” (la voce di chi ha già voce, come le fonti ufficiali), “oppositive” (la voce di chi si oppone alle fonti ufficiali, mirando a

imporre un proprio linguaggio e una propria agenda) e soluzioni “negoziate”.

Come giornalisti e comunicatori possiamo concordare sul fatto che i “frame negoziati” sono quelli che più si avvicinano a una concezione equilibrata, equidistante e autonoma dell’informazione: nella mediazioni fra le fonti e il pubblico, il giornalista interculturale non sceglie l’egemonia o l’opposizione tout-court. Il giornalista interculturale, come professionista della comunicazione, si interroga sul proprio ruolo, ha come riferimenti i valori della deontologia, si pone al servizio del lettore e realizza nel modo più compiuto e indipendente il proprio compito di mediatore. Lo fa con l’obiettivo di restituire al lettore un’informazione che sa essere parziale, “costruita” e “decisa” dai giornalisti (si veda Gans, 1979), ma che non è pregiudizialmente al servizio del più forte o del più potente.

2. Il Giornalismo interculturale nel lavoro in redazione e nel lavoro sul campo

Nelle conferenze con i giornalisti, ma anche nel corso delle lezioni con gli allievi e le allieve dell’università, ricorrono alcune domande: perché non scrivere che un certo offender è marocchino piuttosto che albanese o rumeno? Cosa c’è di sbagliato nello scrivere che un certo soggetto è “extracomunitario”? Non è il caso di denunciare le pratiche proprie di certe religioni o culture, per avvisare i lettori e orientarli in questa nostra società? E così via. Sono domande legittime, stimolanti e sollecitano lo studioso e il professionista del giornalismo e della comunicazione a confrontarsi, a dibattere, a trovare soluzioni. Quelle che daremo, qui di seguito, sono soltanto alcune indicazioni che non si pretende siano esaustive; ma che certo possono orientare il professionista della comunicazione che si ponga quelle e altre domande.

Sono sei, abbiamo visto in precedenza, le “azioni pratiche” per un giornalismo che sia interculturale, quindi all’altezza di un’informazione propria di una società pluralistica. Ricordiamole: un linguaggio senza pregiudizi, una diversa agenda dei temi, diverse routines/pratiche professionali, un diverso rapporto con le fonti, la consapevolezza/attenzione ai frame (le cornici di interpretazione degli eventi) e la formazione dei giornalisti.

Il lavoro in redazione. Vediamo come tradurre quelle azioni pratiche in lavoro quotidiano in redazione (o, nel caso della comunicazione e del digital marketing, in lavoro in ufficio). Prendiamo come esempio la pagina sui Rom pubblicata nel maggio 2008 sul quotidiano *L'Arena* di Verona, progettata e realizzata da chi scrive: una pagina a cui è stato applicato un metodo di lavoro utilizzato poi negli anni successivi e tuttora praticato. Per quanto riguarda il *linguaggio*, la scelta è stata quella di evitare espressioni offensive, stereotipate e pregiudiziali: si è scelto di impiegare le parole che definiscono le persone e i gruppi Rom secondo i modi in cui essi vogliono essere definiti; si è poi fatta attenzione agli aspetti connotativi delle parole, a quei significati ulteriori che le parole acquisiscono con l'uso in certi contesti. A questo proposito, è innegabile che la parola "extracomunitario", oltre al significato corretto e denotativo di "cittadino non appartenente all'Unione Europea", abbia assunto anche il significato connotativo, ulteriore, di "soggetto estraneo, straniero, fuori della comunità" con colorazioni negative, di minaccia, di disagio e di disturbo. L'indicazione, quindi, sul linguaggio è di impiegare parole ed espressioni corrette giuridicamente, rispettose, accettate dalle persone e dai gruppi di cui si scrive.

Per quanto riguarda l'*agenda dei temi*, la scelta è stata quella di voler conoscere i Rom per restituirne ai lettori una fotografia realistica, veritiera, completa e di servizio al pubblico. Il "giornalismo di servizio" è una forma alta di giornalismo, che si presta a fornire al lettore le chiavi e gli strumenti conoscitivi per bene operare nella società in cui vive; e per bene operare con le persone o i gruppi con cui si relaziona. Nel caso dei Rom, si è voluti andare oltre la visione stereotipata e pregiudiziale di un popolo di "ladri e straccioni": si è anzi presa a pretesto l'accusa, infondata, fatta ai Rom di essere "ladri di bambini", per affrontare in modo serio il tema della devianza. Ecco che l'agenda dei temi si è articolata su questi argomenti: chi sono i Rom, cosa fanno, come e dove vivono, quali problemi hanno; qual è la storia dei Rom, da dove arrivano e qual è stato il loro rapporto con l'Italia; che rapporto c'è fra la devianza, l'illegalità e i Rom; cosa fa l'Unione Europea per i Rom.

Sulle *pratiche e routines professionali*, si è voluti andare oltre la "fretta" e la costruzione "istantanea" dell'inchiesta. La scelta – non potendo dedicare per più giorni un'attenzione esclusiva all'inchiesta – è stata quella di lavorare alla pagina sui Rom nei ritagli di tempo, lasciando decantare informazioni e

interviste, nella convinzione che è meglio una buona pagina di giornalismo dopodomani che una pessima pagina di giornalismo oggi. Si è evitato di concentrare in uno-due giorni un'indagine sui Rom che ha richiesto riflessione e analisi attenta di quanto si doveva pubblicare.

Non sempre è possibile programmare con anticipo le inchieste e gli approfondimenti: a volte c'è bisogno di costruire in poche ore la tematizzazione di un certo evento. È però vero che si tratta di situazioni che non accadono di frequente; ed è altrettanto vero che la capacità e professionalità di un giornalista viene misurata anche dalla sua abilità nell'avere un archivio di informazioni, di contatti qualificati, di dati e di approfondimenti (il Web in questo aiuta molto). Un buon giornalista, insomma, lo si giudica anche dal buon archivio che possiede e dalla preparazione culturale che ha nel campo di sua competenza. Di conseguenza, possiamo dire che è possibile praticare un giornalismo efficiente, sempre "sul pezzo", senza per questo rinunciare alla qualità: la fretta, l'improvvisazione, possono essere eccezioni, non diventare la regola.

Nel *rapporto con le fonti*, la scelta è stata quella di far parlare i diretti interessati, consapevoli del fatto che l'Altro, il Diverso, sovente non ha voce né occasione per esprimersi. Accanto a questo, si è voluto ascoltare l'esperto, lo studioso, il professionista che si occupa di Rom o di fenomeni collegati (a torto o a ragione) ai Rom. Sono stati allora intervistati un mediatore interculturale Rom, una dottoressa di ricerca Sinta e alcuni docenti universitari di Sociologia. Nel fare questo si è tenuto presente quanto ci dicono molte ricerche sul tema "media e minoranze": nelle minoranze vi sono persone qualificatissime che possono dare voce al loro gruppo in modo informato e con competenza. Si è poi evitato, come spesso succede, di dare voce a "presunti rappresentanti" delle minoranze che sono estranei alle minoranze stesse e che si fanno, a volte, portavoce con autorizzati. Questo voler andare al di là delle solite fonti è sovente proficuo, e lo è stato anche nella cura della pagina sui Rom: si creano, infatti, occasioni per acquisire nuove notizie e per inquadrare un tema o un fenomeno in una prospettiva differente, più ricca e foriera di altre informazioni.

Va poi ricordata *l'importanza del "frame"* (della cornice interpretativa, della finestra di visione) con cui si affronta un fatto, un evento o un tema. Nel caso della pagina sui Rom, si è voluti andare oltre – senza peraltro ignorarlo – il tradizionale

frame dei “Rom ladri e devianti”. Il tema della devianza e del “furto di bambini” è stato affrontato in modo approfondito, per mettere il lettore di fronte ai propri pregiudizi, per mettere anche gli stessi intervistati di fronte al pregiudizio e per verificare luci e ombre di una certa visione del gruppo di cui si parla. Il frame principale, che ha dato una coloritura prevalente a tutta l’inchiesta, è stato quanto di più giornalistico vi possa essere: quello della “curiosità”, del voler sapere cos’è un certo gruppo, come vive, dove vive, perché si comporta in un certo modo (e se è vero che si comporta in un modo o nell’altro), quale storia ha alle spalle, quali esigenze ha, quali richieste avanza. Si tratta di curiosità che possono essere soddisfatte solo intervistando persone preparate, qualificate, informate. Ecco che la scelta di un diverso frame, e la consapevolezza della cornice interpretativa impiegata, porta come derivazione una qualità giornalistica migliore di quanto accadrebbe se ci si fermasse ai frame tradizionali, alle solite persone da sentire, ai soliti approcci. Il giornalismo è curiosità, scoperta, interrogazione, ricerca, riflessione, selezione, analisi: è una professione e una pratica non dissimile dalla ricerca scientifica e dalla ricerca sociale. Per questo, dalla ricerca deve prendere ispirazione e strumenti, pur nella consapevolezza dei tempi diversi e dei diversi obiettivi che caratterizzano il giornalismo e la comunicazione rispetto alla scienza.

Infine, la *formazione dei giornalisti*. Lo studio, l’aggiornamento, il possesso di un archivio di qualità, la specializzazione, l’intelligenza critica, la disponibilità all’ascolto, la capacità e la disposizione a rivedere i propri giudizi: sono tutte qualità indispensabili a un giornalista interculturale e a un buon giornalista tout-court. In alcuni giornali, specie locali, vi sono direttori che non ritengono la specializzazione una virtù: per ridare vivacità e incisività al lavoro redazionale, pensano che sia giusto far girare i giornalisti dall’uno all’altro settore, come se l’essere tuttologi si sposasse con la qualità della conoscenza e della comunicazione. Spesso, poi, nei giornali si pensa che l’occuparsi di vita sociale, di vita dei quartieri, di minoranze, di relazioni e fenomeni del tessuto urbano sia facile e alla portata di tutti. Niente di più infondato: il giornalismo sociale, il giornalismo interculturale, il giornalismo che analizza e racconta la comunità e la città richiede la stessa specializzazione e qualificazione del giornalismo economico o di quello giudiziario.

Dietro certe scelte dei direttori di giornale, temiamo vi siano un'insufficienza e un disegno: l'insufficienza di alcuni direttori di giornale sta nel non capire che solo un giornalismo specializzato può produrre un giornalismo di qualità; il disegno di alcuni direttori è poi quello di non volere un giornalismo specializzato per meglio controllare e tenere in posizione di subordinazione una redazione. Il risultato è consequenziale: un prodotto-giornale che non è all'altezza dei tempi e che non soddisfa le esigenze e richieste dei lettori, con l'effetto di perdere pubblico e pubblicità. L'esercizio del potere, il servizio alle élite dominanti – da parte di alcuni direttori di giornale – ha come conseguenza un prodotto-giornale scadente, tanto da far pensare che per alcune direzioni di giornale l'essere al servizio di poteri forti sia più importante dell'essere al servizio del lettore e dell'impresa che realizza il giornale. Se questi sono i limiti di alcuni vertici dei giornali italiani, altri sono i limiti degli editori che scelgono quei direttori e non altri: ma questa non è la sede per dimostrare le insufficienze degli editori. Basti dire che vi sono; e che il tipo di proprietà delle testate giornalistiche ha influenza sulla qualità dell'informazione, sui temi e le caratteristiche degli articoli o dei servizi radio-tv (Hansen-Machin, 2013).

Nel caso dell'inchiesta sui Rom, la realizzazione della pagina è stata preceduta da una serie di letture (anche con l'aiuto di Internet) sulla comunità oggetto di inchiesta; ed è stata accompagnata dall'ascolto e dall'intervista di esperti e docenti universitari, alcuni dei quali sono poi stati citati. L'università – con la mole di studi scientifici, di ricercatori, di tesi di laurea – è un giacimento culturale preziosissimo per un giornalista interculturale (e per un giornalista tout-court).

Il *giornalismo sul campo*. Nel caso del cronista che lavora fuori della redazione (freelance o redattore impiegato nei servizi esterni), vale quanto si è detto del giornalismo in redazione. Su questo vogliamo portare l'esperienza maturata nella redazione cronaca del giornale *L'Arena*, in occasione di una lunga serie di servizi sui senza fissa dimora di Verona, alla fine degli anni novanta del Novecento. Sollecitati dall'associazione Ronda della Carità di Verona, e dalla sua fondatrice, Tiziana Recchia, abbiamo avuto modo di conoscere da vicino il mondo dei senza fissa dimora: chi sono, come e dove vivono, quali sono le loro storie, in quale contesto si trovano, cosa fa l'associazione Ronda della Carità per aiutarli.

L'attenzione al linguaggio, in questo caso, si è tradotta nella scelta di non utilizzare le parole “barboni” e “clochard”, per i significati connotativi che si portano dietro e che portano fuori strada. La parola “barbone”, ad esempio, fa pensare a persone irrecuperabili che sono sulla strada, non si lavano, puzzano, sono alcolisti, sono maschi e dalla strada non possono essere portati via. La realtà dimostra che vi sono anche donne, persino famiglie; che vi sono persone onorabilissime e di valore; e che dietro a ogni persona c'è una storia di vita che può riprendere la strada del recupero e della promozione personale. La parola “clochard” restituisce invece la figura di qualcuno che “sceglie la strada” come protesta anti-borghese, contro il sistema, mentre la strada quasi sempre non è una scelta e sulla strada finiscono persone come noi, colpite dalla perdita del lavoro, da una famiglia frantumata, dalla conseguente depressione, dall'alcolismo come fuga, e non come malattia congenita incurabile.

Possiamo quindi dire che dietro la scelta di un diverso linguaggio c'è la scelta di un diverso modo di fare cronaca, di una curiosità giornalistica attenta ad andare oltre gli stereotipi e il velo dell'apparenza, di una sensibilità umana che fa tutt'uno con la professionalità. Il linguaggio segna poi anche l'autonomia dalle fonti, che fanno di solito il loro lavoro e comunicano secondo i loro piani e progetti di comunicazione; mentre compito dei giornalisti e dei comunicatori è di lavorare al servizio del lettore, in un ruolo (Lepri, 1991) di mediazione, di indipendenza, che si esprime sia nella scelta delle parole che in quella dei temi da trattare.

Il rapporto con le fonti è più problematico per i giornalisti che operano sul campo. Il loro lavoro, la possibilità di portare in redazione una notizia, sovente dipende proprio dalle fonti. Un buon rapporto con le fonti non significa, però, sudditanza nei temi e nel linguaggio: un buon rapporto con le fonti è fatto di rispetto reciproco, di consapevolezza dei rispettivi ruoli, nella certezza che la fiducia, persino la confidenza con la fonte, non significano giocoforza dover rinunciare all'autorevolezza. L'importante è che i giornalisti siano consapevoli dell'arena pubblica (Marini, 2006) entro cui svolgono il loro ruolo: in quest'arena, ogni soggetto – istituzioni, organizzazioni, leader, giornalisti, sistema dei media – propone e/o tenta di imporre un certo tema, una sua agenda. L'informazione prevalente nasce da una negoziazione fra i vari soggetti, impegnati nell'azione di costruzione dell'agenda (“agenda building”): perché dovrebbero essere i

giornalisti a rinunciare ad avere voce, accettando supinamente e in modo acritico le proposte degli altri soggetti?

Quanto all'*agenda dei temi*, nel lavoro sul campo – l'inchiesta sui senza fissa dimora – si è scelto di raccontare la storia di vita delle persone (pur nel rispetto della privacy e con la massima cautela per le conseguenze dell'apparire su un giornale molto letto in città); di presentarne la condizione umana collegandola al contesto sociale ed economico (evitando quindi pietismi e concezioni di "ineluttabilità" dei destini personali); di dar voce ai protagonisti e agli esperti (i volontari della Ronda della Carità, in questo caso). Alla base dell'agenda vi era la scelta deliberata e consapevole di voler diffondere una diversa "cultura sui senza fissa dimora", affinché fossero visti come persone da comprendere, rispettare e aiutare; e non come "scarti sociali", presenze ingombranti e irritanti.

La *consapevolezza delle routines professionali*, del modo di lavorare dei giornali, e la consapevolezza delle *cornici interpretative* (i "frame") devono essere patrimonio anche del giornalista sul campo. Nel caso dei servizi giornalistici sui senza fissa dimora, è stata fatta la scelta di cambiare il solito frame pietistico o allarmistico: di scegliere la visione offerta dai volontari della Ronda della Carità, alla luce di un impegno per la difesa della dignità delle persone senza fissa dimora. La scelta di un frame è sempre una "scelta di campo": pro o contro certe convinzioni, pro o contro un sistema, pro o contro un modo di raccontare la storia delle persone. L'importante è avere consapevolezza della scelta che si opera; l'importante è non scegliere senza conoscere cosa si sceglie e senza sapere le conseguenze che ne derivano sul piano della comunicazione.

Per le *routines professionali*, è stata fatta la scelta di evitare l'uso dei nomi propri delle persone rappresentate (per cui Giovanni è diventato Marco): lo si è fatto a tutela dei senza fissa dimora. Analoga sensibilità e scelta ha dimostrato il fotoreporter, Tiziano Malagutti, che curava i servizi fotografici a corredo degli articoli. L'altra scelta è stata quella di esercitare la curiosità sì, ma una "curiosità solidale", mirata a promuovere la persona rappresentata, non a trattarla come un fenomeno da baraccone per presunti "scoop" di terza fila: qualche giornalista può contestare la scelta di essere cronisti "schierati" in un certo modo, orientando quindi il lettore, anziché puntare alla "obiettività". Il fatto è che la visione di un giornalista, come di un comunicatore, è comunque una visione parziale. La "notizia" non ha

un suo statuto ontologico, non è “notizia di per sé”, ma è “notizia per conto del giornalista” che opera una scelta, che decide di far diventare notizia un evento anziché un altro, un aspetto della situazione anziché un altro (si veda Gans, 1979).

Come pratica professionale, si è deciso di applicare la buona regola di una “*revisione attenta*” del testo scritto. Non solo una doverosa revisione dello stile di scrittura, della correttezza della composizione (ormai obbligata, venendo meno nelle redazioni i correttori di bozze); ma una revisione che potremmo definire “interculturale”, fondata com’è sul rispetto e sulla relazione con la diversità. In pratica, si tratta di analizzare – servono 5 minuti, non un secondo in più – la scelta e la qualità dei temi trattati; il frame impiegato (se corrisponde o meno, in un articolo o servizio radio-tv, alle intenzioni); il linguaggio utilizzato (se è rispettoso dell’Altro, della diversità, o se discrimina, diffonde pregiudizi o addirittura offende).

Infine, la *formazione professionale*. Non è sempre necessario o possibile leggere libri, studiare relazioni o fare approfondimenti specialistici su tematiche oggetto d’inchiesta: tutto dipende dalla competenza pregressa, dagli obiettivi di comunicazione, dal tempo e dalle risorse a disposizione. Una fonte fondamentale di formazione sono gli esperti, che nel caso dei senza fissa dimora sono identificabili nei volontari della Ronda della Carità. In tutte le situazioni, comunque, l’ascolto, il dialogo, l’attenzione, la rinuncia ai pregiudizi, la visione del contesto, la curiosità giornalistica, l’empatia sono strumenti formidabili di conoscenza e, quindi, di formazione.

Un altro strumento indispensabile, per chi opera sul campo e per chi deve poi in redazione valutare quell’operato, è la conoscenza delle *tecniche di ricerca sociale* e l’aver le basi di sociologia e di psicologia sociale: dall’osservazione partecipante alle tecniche di campionamento; dall’analisi del contenuto dei documenti alle tecniche dell’intervista; alla distinzione fra metodi qualitativi e metodi quantitativi. Una conoscenza, anche solo di base (un buon manuale di liceo, ad esempio, può bastare) della metodologia della ricerca sociale evita imbarazzanti servizi radiotelevisivi o articoli di giornali, nei quali l’ascoltare quattro-cinque persone prese a caso, per strada, fa passare l’idea che sia rappresentata l’opinione pubblica di un gruppo o di una comunità.

La conoscenza, anche questa di base, della sociologia e della psicologia eviterebbe, infine, di fraintendere fenomeni sociali, interazioni e relazioni fra persone; ed eviterebbe di dare in-

interpretazioni infondate di fatti ed eventi. Una formazione appropriata, in questi ambiti, è l'equivalente della doverosa formazione che hanno i giornalisti che si occupano di finanza o di cronaca giudiziaria. La domanda, infatti, è: perché un giornalista "sociale" dovrebbe essere a digiuno di nozioni importanti per saper leggere fatti e situazioni? Non si perdono forse notizie e dettagli interessanti quando non si hanno gli strumenti per comprendere un fatto?

3. Riflessioni sulle azioni pratiche per un Giornalismo interculturale

Quello che abbiamo voluto disegnare in questo capitolo è il quadro operativo del Giornalismo interculturale. Abbiamo tentato di dare risposta alla domanda, legittima, di giornalisti e comunicatori che – dopo le affermazioni teoriche e le analisi dei testi – ci chiedono e si chiedono: “E adesso, che facciamo quando dobbiamo lavorare?”. È una risposta, quella che abbiamo dato, articolata e in divenire. Mai come nel giornalismo e nella comunicazione (come anche nel webmarketing) è fondamentale il *learning by doing*, l'imparare facendo. L'importante è avere coscienza e conoscenza di quanto si sta facendo e di quanto si impara. Coscienza e conoscenza del proprio ruolo di comunicatori, e di operatori dell'informazione, sono passaggi dirimenti per sapere quali scelte fare, come operare sul campo, come leggere gli eventi e come raccontarli.

Per molti anni vi è stata la convinzione, fra i giornalisti, che bastassero il “fiuto della notizia” e il “bello scrivere” come requisiti per accedere alla professione. Il rapporto con le fonti di qualità e la curiosità, oltre alla socializzazione in redazione, avrebbero dovuto fare il resto. Quella giornalistica è stata per molti anni una “cultura orale”, propria di un mestiere imparato andando a bottega. L'oralità e l'andare a bottega sono ancora fondamentali, nella professione giornalistica e nella comunicazione; ma diventa sempre più necessario lo studio, il possesso di strumenti culturali di lettura della società, come rileva Bellinetti nel suo intervento all'inizio di questo libro. In un mondo che si è fatto complesso e interrelato, è la cultura professionale a fare la differenza e a caratterizzare il comunicare di qualità.

La cultura professionale – che comporta anche il conoscere le teorie dei media e i risultati delle ricerche sul newsmaking –

evita che si perpetui una certa idea del giornalista come di un “sacerdote della notizia”. Il giornalista, secondo questa idea, sarebbe colui che non ha alcuna specializzazione, alcuna competenza specifica nel leggere la società, eppure – in virtù di doti particolari, in qualche modo innate – è in grado di attingere al reale scoprendo la “notizia”. Grazie alle sue virtù sacerdotali, il giornalista saprebbe distinguere ciò che è notizia, da ciò che notizia non è. La notizia, insomma, avrebbe un suo statuto ontologico. Come le “idee” nell’iperuranio di Platone, o come la sostanza nella costruzione filosofica di Aristotele, la notizia sarebbe attinta da chi sa coglierla con i giusti strumenti. La differenza, rispetto alla Filosofia greca, è che il giornalismo non attingerebbe la notizia seguendo un percorso logico, ma per ispirazione e intuito quasi “divini”.

Ora, una concezione del genere è infondata, oltre che ridicola. *Notizia è ciò che noi giornalisti decidiamo essere notizia*, secondo quei valori-notizia (si veda Wolf, 1998) che – consapevolmente o meno – applichiamo ai fatti e agli eventi. Come osserva Stuart Hall (1970, citato in Centorrino-Romeo, 2012, p.201), “*la notizia è un prodotto*, una costruzione realizzata dall’uomo, una parte fondamentale del sistema di produzione culturale”. E Fowler (1991) fa notare, da parte sua, che il resoconto in cui si traduce una notizia non riflette l’importanza della stessa, ma semmai rivela i criteri e le operazioni con cui è stata selezionata. È evidente, pertanto, lo statuto di “costruzione ad opera dei giornalisti” che appartiene all’essere notizia. Una costruzione della notizia la quale passa – sia in redazione che per i freelance – anche attraverso una gestione accorta, senza remore sui valori e culturalmente sostenuta, dei processi di “negoiazione situata” (Sorrentino-Bianda, 2013) che avvengono ogni giorno nei giornali.

Ecco che, spogliata delle sue fascinazioni sacerdotali, la professione giornalistica resta quello che è sempre stata: una professione che richiede, curiosità, conoscenza, sensibilità, studio, senso critico, orientamento deontologico, passione etica. Il Giornalismo interculturale si iscrive, come conseguenza necessaria, in questo filone, volendo essere un giornalismo in grado di rappresentare ai lettori nel modo migliore, con fondatezza, la società complessa e multiculturale. Quella società entro la quale i nostri lettori vivono, amano, lavorano e qualche volta sognano.

CAPITOLO VII

POST-FAZIONE. “OLTRE LA GREEN LINE”

*Anche se prendi sempre delle cose,
anche se qualche cosa lasci in giro,
non sai se è come un seme che dà fiore
o polvere che vola ad un respiro.*

F. Guccini, Argentina, 1983

Nella primavera del 2001, ero a Cipro. Ricordo l'odio e il gelido vento, in un pomeriggio di un marzo che divideva la parte greco-cipriota di Nicosia, la capitale spartita in due come la Berlino prima della caduta del Muro, dalla parte turco-cipriota. Pensai di farmi scattare una foto, mentre stazionavo al checkpoint, di fianco al soldato di guardia. Dietro di me correva la Green Line, che divide in due Cipro, rappresentando sul terreno la divisione di odio tra fratelli in una stessa terra.

Mi venne in mente quel pomeriggio, quel vento e quell'odio quando anni dopo salii su una corriera a Siena. Era il 2005, un sabato pomeriggio. Avevo appena assistito all'ultima lezione al Master di Comunicazione Pubblica, all'Università degli Studi di Siena, nella Villa Chigi Farnese sulle splendide colline senesi. Salii sull'autobus già zeppo di passeggeri, in piazza Matteotti. Notai subito un varco sulla mia destra, perché un'anziana donna Rom, ossuta, era aggrappata solitaria a un gancio per i passeggeri. Pensai in automatico due cose: che il mio portafogli era al sicuro nella tasca dei pantaloni; e che la donna probabilmente puzzava. Lei, poverina, si stringeva sempre più in se stessa, quasi volesse sparire.

Alla fermata di Porta Romana, la prima che l'autobus da Siena compie arrivando a Firenze, molta parte dei passeggeri scese. C'era posto in abbondanza per sedersi, e io presi posto in mezzo al bus, non senza tenere d'occhio la donna Rom per capire se si sarebbe seduta pure lei, o se avrebbe continuato a restare in piedi. Lei continuava a restare in piedi, quasi scusandosi in

silenzio di esistere – come aveva fatto per tutto il viaggio – e di essere una presenza sgradita a noi passeggeri del bus.

Fu alla fermata successiva che accadde qualcosa che rovesciò il mio modo di osservare e comprendere la scena che avevo davanti. Una giovane donna non-Rom salì dalla parte anteriore dell'autobus e andò incontro all'anziana Rom, sorridendole e salutandola. Un fiume di dolcezza invase anche me, affascinato da quella scena. La donna Rom sorrise del suo sorriso sdentato, ricambiando il saluto. Pensai che si conoscessero. Mi dissi che forse la giovane donna fiorentina era una volontaria dei servizi sociali: fu così gentile che invitò più volte l'anziana a sedersi, ché il posto certo ora non mancava.

Mi ci volle poco per capire che avevo visto tutto sbagliato. La giovane donna fiorentina non era una volontaria e manco conosceva l'anziana Rom. Era solo una persona educata, che aveva visto l'anziana Rom per quello che era: una donna sola, in piedi sul corridoio del bus, in atteggiamento di scusarsi per essere nel "nostro mondo". Forse la giovane fiorentina non aveva neppure notato che l'anziana Rom era a disagio; forse l'aveva salutata con calore perché quello era il suo modo di salutare.

Un che di malinconico invase la mia anima. Il mio pregiudizio, alimentato dai giornali e mai sperimentato nella realtà (nessun Rom mi ha mai rubato qualcosa), mi aveva impedito di cogliere un'anziana donna per quello che era. La mia visione prevenuta mi aveva reso cieco, mi aveva impedito di vedere: soprattutto, mi aveva impedito di creare una relazione e di andare oltre le apparenze. Avevo, insomma, perso informazioni per strada; me le ero precluse. Avessi dovuto raccontare quel viaggio, sarei stato un pessimo giornalista: parziale, prevenuto, mezzo cieco, incapace di tessere rapporti con chi era molto diverso da me. Nonostante gli anni di studio sulla Comunicazione interculturale, ero stato un dilettante della comunicazione. Senza saperlo, avevo sperimentato su di me come la reazione emotiva, alimentata dal pregiudizio, può condizionare un pensiero.

Una traduzione in immagini di quell'atteggiamento pregiudiziale, e delle sue conseguenze, lo abbiamo quando analizziamo la rappresentazione che i media danno dell'Altro, della diversità culturale o religiosa. Dagli inizi degli Anni Novanta, con l'indagine di Mansoubi (1990, *Noi stranieri in Italia. Immigrazione e mass media*) e di altri studiosi, si è infatti andata sviluppando una ricerca sempre più affinata e scientifica sull'immagine che i mezzi di comunicazione trasmettono del fenomeno mi-

gratorio in Italia. Da alcuni anni, accanto ad una critica puntuale all'atteggiamento della stampa italiana nei confronti dei cittadini immigrati e della diversità culturale, è venuta lievitando una serie di iniziative editoriali dedicate ai migranti; si sono sviluppate iniziative di sensibilizzazione verso i giornalisti e le redazioni; sono stati messi in cantiere progetti di formazione per i professionisti dell'informazione, in modo da dotarli degli strumenti culturali utili a leggere una realtà complessa e pluralistica.

Con la sottoscrizione della Carta di Roma, nel giugno del 2008, da parte dell'Ordine Nazionale dei Giornalisti Italiani e della Federazione Nazionale della Stampa, assieme all'Unhcr (il Commissariato delle Nazioni Unite per i Rifugiati), vi è stata poi una svolta fondamentale nella stampa italiana. Da un lato, gli organi di autogoverno e di rappresentanza dei giornalisti si sono fatti carico – con un protocollo deontologico in materia di migranti, rifugiati, richiedenti asilo e vittime della tratta – di portare la formazione per i giornalisti a confrontarsi con la "diversità"; dall'altro con l'Osservatorio su "media e minoranze" (si veda www.cartadiroma.org), l'Associazione per la Carta di Roma ha organizzato, con una serie di centri di ricerca universitaria, un'attività di monitoraggio e di studio su come i media italiani rappresentano l'immigrazione, la diversità culturale e lo status di rifugiati, migranti, richiedenti asilo e vittime della tratta. È un passo in avanti che ha cominciato a produrre effetti benefici, verso un'informazione non tanto "buonista" nei confronti della diversità, quanto corretta e autorevole.

"Siccome senza comprensione non ci può essere effettiva comunicazione, ne deriva l'apparente paradosso che l'allargamento dello spazio sociale rappresentato dai media provoca un deficit di comprensione" (Sorrentino, in *Problemi dell'informazione*, 2004/4). Gli studiosi dei media e una parte considerevole del mondo del giornalismo hanno compreso in profondità la partita in gioco. Come osserva Morcellini, non è più sufficiente "limitarsi all'analisi macroeconomica e demografica dei fenomeni migratori, ma diviene determinante esaminare il modo in cui una società elabora e interagisce ogni giorno con le immagini dell'immigrazione – prima ancora che con i referenti di tali rappresentazioni – attraverso le reti dei media e della comunicazione interpersonale. L'immigrazione mette infatti in campo un complesso intreccio di dinamiche culturali che attengono alla vita quotidiana e alla sfera propriamente micro-sociale: modelli

simbolici e di interazione che chiamano direttamente in causa la responsabilità della comunicazione e dei suoi protagonisti” (in *Problemi dell’informazione*, 2005/1).

Lo studio dell’immagine dell’immigrazione nei media italiani e la crescita di produzioni editoriali, televisive, radiofoniche, multimediali sul mondo dei migranti contribuiscono a sensibilizzare gli operatori dell’informazione (giornalisti, fotoreporter, grafici). Allargano il campo del dibattito, le occasioni di confronto e di comunicazione. Tutto questo in un momento in cui anche in Italia si approfondisce e si allarga l’interesse per la Comunicazione Interculturale, disciplina che amplia il proprio orizzonte anche all’ambiente dei mass media e dei nuovi media (si veda Giaccardi, 2005, pp.131 e segg.). Va sottolineato, a questo proposito, che l’allargamento dell’approccio “interculturale” anche al sistema dell’informazione – ambiente extrascolastico di formazione delle coscienze e di trasmissione dei saperi (si veda Corte, 2002, pp.28-33) – già da alcuni anni rientra tra i programmi e le azioni di ricerca del Centro Studi Interculturali dell’Università degli Studi di Verona, diretto da Agostino Portera, ordinario di Pedagogia interculturale.

Si è accresciuto, insomma, l’approccio critico – teoreticamente e scientificamente fondato – nei confronti di un’informazione italiana sovente incapace di rappresentare il mondo dei migranti e della diversità culturale al fuori di canoni stereotipati, emergenziali, spettacolarizzanti e talvolta criminalizzanti il “diverso”; resta però ancora molto da fare per cambiare le routines informative del sistema mediale del nostro Paese.

Alla luce di questo, nel presente lavoro si è voluto aggiornare e approfondire quanto contenuto nel libro *Comunicazione e giornalismo interculturale* (Cedam, 2006), con le nuove ricerche sul tema “media e immigrazione” (media e diversità culturale sarebbe meglio dire, ampliando la visione); con nuovi stimoli e nuove suggestioni agli operatori dell’informazione e della comunicazione: non solo giornalisti, ma anche comunicatori, digital marketer, social media manager e via via con le professioni del mondo digitale.

Si è voluto tentare – con pazienza, rigore, anche con molta determinazione – la costruzione di un edificio teorico e pratico che vada a incidere sulle coscienze e sulle pratiche giornalistiche e comunicative degli operatori impegnati, come chi scrive, sul fronte non facile dell’informazione e della comunicazione. A confortare nell’impegno che ci siamo assunti, vi sono alcuni e-

lementi: da un lato il patrimonio di studio e di riflessioni della Pedagogia e della Pedagogia interculturale, che si misurano da molto tempo con i problemi e le opportunità offerti da una società pluralistica e complessa; dall'altro la convinzione che alle fondamenta stesse della comunicazione e del giornalismo vi siano alcune delle risposte da dare agli interrogativi sul compito, arduo e affascinante, di raccontare un realtà sempre più diversa e sempre più bisognosa di buoni osservatori e di acuti e consapevoli interpreti. Vi è poi la consapevolezza che la comunicazione digitale rimette in circolo e ci porta a riflettere su quelle teorie delle relazioni interpersonali che – di fronte ai media di massa – avevamo messo un poco da parte. La sfida, anche come studiosi, è insomma interessante e stimolante.

Un libro al servizio del dialogo interculturale. Questo testo si rivolge non solo alle allieve e agli allievi dei corsi universitari di giornalismo, ma anche ai comunicatori, agli operatori del mondo digitale (webmarketing compreso) e ai colleghi giornalisti impegnati ogni giorno – con una velocità di lavoro eccessiva – a trovare notizie e a scriverle; a comporre testi e pubblicarli online; a inventare frasi a effetto e a inserirle nel circuito pubblicitario.

Questo libro si rivolge alle menti degli operatori della comunicazione, ma anche alla loro anima: l'approccio interculturale richiama infatti alla capacità critica e di conoscenza, ma richiama anche a un "impegno del cuore". Come sottolinea Portera (1999, p.29), "l'approccio interculturale, a mio avviso, può essere focalizzato come il 'coraggio' di pensare con la propria testa, assieme alla 'umiltà' del confronto".

Resta più che mai attuale il richiamo di monsignor Vinicio Albanese, già presidente del Coordinamento nazionale delle comunità di accoglienza (Cnca), nell'intervento al quarto seminario del Redattore sociale (Atti del convegno di Capodarco di Fermo, 14-16 novembre 1997): "Il mondo del giornalismo appartiene al mondo dei potenti: a volte a rimorchio, a volte a trazione. L'appello che vi rivolgiamo è diretto alla vostra coscienza: un puro appello etico, proporzionato alla coscienza di cui ciascuno si sarà dotato. (...) Quando vi trovate di fronte un fatto delicato (non necessariamente di cronaca nera), abbiate presente la sofferenza della persona, della famiglia, della città. Questa sofferenza vi porterà al rispetto, anche se siete chiamati a descrivere i fatti; vi farà scegliere stile e parole adeguate; anche se

avreste una grande scelta di sinonimi, utilizzerete alcune espressioni invece di altre, perché non vorrete far male”.

Molti e complicati sono i percorsi attraverso i quali si costruiscono, mutano, si accrescono i significati trasmessi attraverso i messaggi mediali. Pensare di lavorare per una “società interculturale” (e non soltanto “multiculturale”) intervenendo solo sulle routines redazionali e sulle pratiche professionali, sull’agenda degli eventi trasmessi dai mass media, sul loro linguaggio e sull’organizzazione dei notiziari non è probabilmente sufficiente. Ma da qualche parte si deve comunque cominciare, perché il solo richiamo alle coscienze di giornalisti già sensibilizzati, affinché si impegnino ancor più per una società migliore, o la sola codificazione deontologica dei “doveri” non sono – purtroppo – strumenti sufficienti per un giornalismo “diverso” nei confronti dei “diversi”. Un Giornalismo, appunto, interculturale. O, se preferite, un buon Giornalismo e basta.

BIBLIOGRAFIA

Agostini A. (2004), *Giornalismi. Media e giornalisti in Italia*, Il Mulino, Bologna

Agostini A. (2010), *Il giornalismo nel campo mediatico. Appunti di metodo*, in Agostini A., Zanichelli M., *Studiare il giornalismo*, Archa-tipo libri, Bologna

Agostini A. (2012), *Giornalismi. Media e giornalisti in Italia*, Il Mulino, Bologna

Albarea R., Izzo D. (2002), *Manuale di Pedagogia interculturale*, Edizioni Ets, Pisa

Allport G. (1973), *La natura del pregiudizio*, La Nuova Italia, Firenze

Appadurai A. (2005), *Sicuri da morire*, Meltemi, Roma

Bagnasco A., Barbagli M., Cavalli A. (2001), *Sociologia. Volume secondo: differenziazione e riproduzione sociale*, Il Mulino, Bologna

Bailey D. K. (1995), *Metodi della ricerca sociale*, Il Mulino, Bologna

Balbo L., Manconi L. (1990), *I razzismi possibili*, Feltrinelli, Milano

Baldini M. (2004), *Elogio dell'oscurità e della chiarezza*, Armando, Roma

Banks J.A. (2002), *Educazione multiculturale: sviluppo, dimensioni e sfide*, in Bennett M.J. (a cura di), *Principi di comunicazione interculturale*, FrancoAngeli, Milano

Baraldi C. (2003), *Comunicazione interculturale e diversità*, Carocci, Roma

Barbano A. (2003), *L'Italia dei giornali fotocopia. Viaggio nella crisi di una professione*, FrancoAngeli

Bauman Z. (2005), *Fiducia e paura nella città*, Bruno Mondadori, Milano

Bauman Z. (2006), *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari

Baumann G. (2003), *L'enigma multiculturale. Stati, etnie, religioni*, Il Mulino, Bologna

Bechelloni G. (2010), *Una miniera inesauribile. Menzogne e verità nel giornalismo mediatizzato dell'Italia berlusconiana*, in *Problemi dell'informazione*, n.1/2, Il Mulino, Bologna

- Bellingreri A. (2005), *Per una pedagogia dell'empatia*, Vita&Pen-siero, Milano
- Belluati M., Grossi G., Viglongo E. (1995), *Mass media e società multietnica*, Anabasi editore, Milano
- Bennett M.J. (2002), a cura di, *Principi di comunicazione interculturale*, FrancoAngeli, Milano
- Bentivegna S. (1994), a cura di, *Mediare la realtà. Mass media, sistema politico e opinione pubblica*, FrancoAngeli, Milano
- Bentivegna S. (2005), *Teorie delle comunicazioni di massa*, Laterza, Roma-Bari
- Besemer C. (1999), *Gestione dei conflitti e mediazione*, Ega Editore, Torino
- Binotto M. (2005), *La cronaca e i suoi inesorabili stereotipi*, in *Problemi dell'informazione* n.1, Il Mulino, Bologna
- Binotto M., Martino V. (2004), a cura di, *Fuori luogo. L'immigrazione dei media italiani*, Luigi Pellegrini Editore, Cosenza
- Bocchi G., Ceruti M. (1985), *La sfida della complessità*, Feltrinelli, Milano
- Boneschi M. (1997), *La deontologia del giornalista. Diritti e doveri della professione*, Egea, Milano
- Bonucci E. (1999), *Scrivere per i giornali*, in Gensini S. (a cura di), *Manuale della comunicazione*, Carocci, Roma
- Bosetti G. (2005), *Dieta anomala dell'opinione pubblica italiana*, in Bosetti, Buonocore, *Giornali e Tv negli anni di Berlusconi*, Marsilio, Venezia
- Bolaffi e altri (2004), *Dizionario delle diversità*, Edup, Roma
- Buonanno M. (2003), *L'identità incerta dei giornalisti italiani, ovvero una professione senza frontiere*, in Sorrentino C. (a cura di), *Il giornalismo in Italia. Aspetti, processi produttivi, tendenze*, Carocci, Roma
- Carnegie D. (1991), *Come trattare gli altri e farseli amici*, Bompiani, Milano
- Castiglioni I. (2002), *Introduzione all'edizione italiana di Principi di comunicazione interculturale*, in Bennett M.J. (a cura di), *Principi di comunicazione interculturale*, FrancoAngeli, Milano
- Censis (2002), *Tuning into diversity. Immigrati e minoranze etniche nei media*, Censis, Roma

Cerese A. (2004), *Una notizia come tante altre*, in Binotto M., Martino V. (a cura di), *Fuori Luogo. L'immigrazione e i media italiani*, Luigi Pellegrini Editore, Cosenza

Cerese A. (2005a), *Immigrazione: le notizie viste da dentro*, in *Problemi dell'informazione* n.1, Il Mulino, Bologna

Cerese A. (2005b), *Notizie clandestine. Una ricerca sulla rappresentazione mediale degli immigrati*, in *Problemi dell'informazione* n.1, Il Mulino, Bologna

Chang H.C., Checchin M. (1996), *L'educazione interculturale*, Las, Roma

Cheli (1997), *La realtà mediata. L'influenza dei mass media tra persuasione e costruzione sociale della realtà*, FrancoAngeli, Milano

Ciarlo Chiarello S. (2005), *Fotografia dello straniero. L'immagine dell'immigrato nella percezione del pubblico*, in *Problemi dell'informazione* n.1, Il Mulino, Bologna

Corbetta P. (2003), *La ricerca sociale: metodologia e tecniche. I paradigmi di riferimento*, Il Mulino, Bologna

Costa P. (2010), *La notizia smarrita. Modelli di giornalismo in trasformazione e cultura digitale*, Giappichelli

Corte M. (2002), *Stranieri e mass media. Stampa, immigrazione e Pedagogia interculturale*, Cedam, Padova

Corte M. (2006), *Comunicazione e giornalismo interculturale. Pedagogia e ruolo dei mass media in una società pluralistica*, Cedam, Padova

Cotesta V. (2003), *Lo straniero. Pluralismo culturale e immagini dell'Altro nella società globale*, Laterza, Bari-Roma

DeFleur M.L., Ball Rokeach S. (1995), *Teorie delle comunicazioni di massa*, Il Mulino, Bologna

Demetrio D. (1997), *Agenda interculturale*, Meltemi, Roma

Demetrio D., Favaro G. (1992), *Immigrazione e pedagogia interculturale*, La Nuova Italia, Firenze

Dominici P., Panarese P. (2004), *Notizie "fuori luogo". Questioni di responsabilità*, in Binotto M., Martino V. (a cura di), *Fuori luogo. L'immigrazione dei media italiani*, Luigi Pellegrini Editore, Cosenza

Faustini G. (1995), a cura di, *Le tecniche del linguaggio giornalistico*, Carocci, Roma

- Favaro G., Luatti L. (2004), *L'intercultura dalla A alla Z*, FrancoAngeli, Milano
- Ferrarotti F. (1988), *Oltre il razzismo verso la società multirazziale e multiculturale*, Armando, Roma.
- Fileni (1999), in AA.VV., *Dalla comunicazione interpersonale alla comunicazione di massa*, Tecomproject, Ferrara
- Formizzi G. (1996), *L'intercultura nella storia della Pedagogia* in Agosti A. (a cura di), *Intercultura e insegnamento*, Sei, Torino
- Fowler R. (1991), *Language in the news: discourse and ideology in the press*, Routledge, Londra
- Frabboni F. (2005), *Introduzione alla Pedagogia generale*, Laterza, Bari-Roma
- Gadamer H. (1960), *Wahrheit und Methode*, Tuebingen, Mohr
- Gabellieri F. (2003), *L'informazione degli immigrati*, in Sorrentino C. (a cura di), *Il giornalismo in Italia. Aspetti, processi produttivi, tendenze*, Carocci, Roma
- Galli D. (2005), *Che cos'è il giornalismo partecipativo? Dal giornalismo come lezione al giornalismo come conversazione*, in *Problemi dell'informazione* n.3, Il Mulino, Bologna
- Galliani L. (1999), in AA.VV., *Dalla comunicazione interpersonale alla comunicazione di massa*, Tecomproject, Ferrara
- Gallissot R. e altri (2001), *L'imbroglione etnico in quattordici parole chiave*, Edizioni Dedalo, Bari
- Gans J.H. (1979), *Deciding what's news*, Northwestern University Press, Evanston, Illinois
- Garcea E. (1996), *La comunicazione interculturale*, Armando, Roma
- Garzon Israel E. (2001), *Comunicacion y periodismo en una sociedad global. Comunicar la diferencia*, Editorial Trillas, México
- Gennari M. (1986), *I mass media*, in Scurati C. (a cura di), *L'educazione extrascolastica. Problemi e prospettive*, La Scuola, Brescia
- Gensini S. (1999), *Preliminari sul segno e la comunicazione*, in Gensini S. (a cura di), *Manuale della comunicazione*, Carocci, Roma
- Giaccardi C. (2005), *Comunicazione interculturale*, Il Mulino, Bologna
- Giorgino F. (2004), *Giornalisti agli arresti redazionali?*, Kappa, Bologna

- Granata A. (2012), *Intercultura. Report sul futuro*, Città Nuova, Roma
- Grossi B. (2004), *Etica del giornalismo*, in Fabris A. (a cura di), *Guida alle etiche della comunicazione. Ricerche, documenti, codici*, Edizioni Ets, Pisa
- Grossi G., Belluati M. e Viglongo E. (1995), *Mass media e società multietnica*, Anabasi, Milano
- Guadagnucci L. (2010), *Parole sporche. Clandestini, nomadi, vu cumprà: il razzismo nei media e dentro di noi*, Altreconomia, Milano
- Guidetti B. (2009), *Educazione e pedagogia interculturale in azienda*, Franco Angeli, Milano
- Hansen A., Machin C. (2013), *Media and communication research methods*, Macmillan, Houndsmills – Basingstoke, Hampshire (UK)
- Iem (2002), *L'industria della comunicazione in Italia. Sesto rapporto Iem*, Guerini e Associati, Torino
- Kelley R.B., Mills D. (2003), *Covering the undercovered. The evolution of diversity in the news*, in Cropp F., Frisby C.M., Mills D. (a cura di), *Journalism across cultures*, Blackwell Publishing, Iowa State Press (Usa)
- Kellner D. (2003), *Cultural studies, multiculturalism, and media culture*, in Dines G. e Humez M. J. (a cura di), *Gender, race, and class in media. A text-reader*, Sage Publications Inc., California (Usa)
- Kovach B., Rosenstiel T. (2007), *I fondamenti del giornalismo. Ciò che i giornalisti dovrebbero sapere e il pubblico dovrebbe esigere*, Lindau, Torino
- Lenzi C. (1999), *Giornali, lettori e promozioni: le ragioni della crisi. È chiara l'immagine che viene dalle ricerche: l'Italia è cambiata, i quotidiani no*, in *Problemi dell'informazione* n.1, Il Mulino, Bologna
- Lepri S. (1991), *Professione giornalista*, Etaslibri, Milano
- Levitt T. (1983), *The globalization of markets*, in *Harvard Business Review*, maggio-giugno 1983, Cambridge (Massachusetts, Usa).
- Lévy P. (1997), *Il virtuale*, Raffaello Cortina, Milano
- Lind R.A. (2003), *Race and gender*, in Murray M.D., Moore R.L. (a cura di), *Mass communication education*, Blackwell Publishing, Iowa State Press (Usa)
- Livolsi M. (2002), *Manuale di sociologia della comunicazione*, Laterza, Roma-Bari

- Loporcaro M. (2005), *Cattive notizie. La retorica senza lumi dei mass media italiani*, Feltrinelli, Milano
- Losito G. (1994), *Il potere dei media*, Carocci, Roma
- Losito G. (1996), *L'analisi del contenuto nella ricerca sociale*, FrancoAngeli, Milano
- Maalouf A. (2001), *Globalismo e diversità culturali*, in *Problemi dell'informazione* nn.2-3, Il Mulino, Bologna
- Maistrello S. (2010), *Giornalismo e nuovi media. L'informazione al tempo del citizen journalism*, Apogeo, Milano
- Mancini P. (1999), *Giornalisti in Italia. Indagine socio-demografica sui professionisti dell'informazione*, in *Problemi dell'informazione* n.1, Il Mulino, Bologna
- Mancini P. (2003), *Manuale di comunicazione pubblica*, Laterza, Roma-Bari
- Marini R. (2006), *Mass media e discussione pubblica. Le teorie dell'agenda setting*, Laterza, Roma-Bari
- Martino V. (2005), *Cittadini di una società multiculturale. La prospettiva del pubblico*, in *Problemi dell'informazione* n.1, Il Mulino, Bologna
- Mauri L., Laffi S., Cologna D. (1999), *Così vicini, così lontani. Per una comunicazione multiculturale*, Rai-Eri, Roma
- McLuhan M. (1999), *Gli strumenti del comunicare*, Est, Milano
- McQuail D. (2001), *Sociologia dei media*, Il Mulino, Bologna
- Menduni E. (2003), *Il giornalismo radiofonico*, in Sorrentino C., *Il giornalismo in Italia. Aspetti, processi produttivi, tendenze*, Carocci, Roma
- Menduni E. (2004), *I linguaggi della radio e della televisione*, Laterza, Bari-Roma
- Merrill J.C. (2002), *Chaos and order. Sacrificing the individual for the sake of social harmony*, in Atkins J.B. (a cura di), *The mission. Journalism, ethics and the world*, Blackwell Publishing Company, Iowa State Press (Usa)
- Morcellini M. (2003), *Lezione di comunicazione*, Esselibri-Simone, Napoli
- Morcellini M. (2003), *Torri crollanti. Comunicazione, media e nuovi terrorismi dopo l'11 settembre*, FrancoAngeli, Milano

- Morcellini M. (2005), *Fuori luogo. I migranti alle porte della cittadella mediale*, in *Problemi dell'informazione* n.1, Il Mulino, Bologna
- Morcellini M. (2011), a cura di, *Neogiornalismo. Tra crisi e Rete come cambia il sistema dell'informazione*, Mondadori, Milano
- Morresi E. (2003), *Etica della notizia. Fondazione e critica della morale giornalistica*, Edizioni Casagrande, Bellinzona
- Murialdi P. (1998), *Il giornale*, Il Mulino, Bologna
- Nanni A. (1985), *Progetto mondialità*, Emi, Bologna, 1985
- Nanni A. (1994), *Educare alla convivialità*, Emi, Bologna, 1994
- Nanni C. (1992), *Educazione e Pedagogia in una cultura che cambia*, Las, Roma
- Nanni C. (1992), *Pedagogia interculturale: su che basi e in che senso?* in AA.VV., *Pedagogia interculturale: problemi e concetti*, La Scuola, Brescia
- Nigris E. (1996), cura di, *Educazione interculturale*, Bruno Mondadori, Milano
- Nirenstein F. (1990), *Il razzista democratico*, Mondadori, Milano
- Nobre, Correia J.M. (2005), *La morte annunciata del giornalismo. Pubblici, mercati e fini dell'informazione nel ventunesimo secolo*, in *Problemi dell'informazione* n.4, Il Mulino, Bologna
- Ordine dei Frati Minori (2002), *Quaderni di Studi Ecumenici*, n.5, Venezia
- Panarese P. (2005), *Il racconto dell'immigrazione. Cronaca di un male diffuso*, in *Problemi dell'informazione* n.1, Il Mulino, Bologna
- Papuzzi A. (2002), *Formate i formatori (laurea sì, ma non obbligatoria)*, in *Problemi dell'informazione* n.3, Il Mulino, Bologna
- Papuzzi A. (2003), *Professione giornalista. Tecniche e regole di un mestiere*, Donzelli Editore
- Papuzzi A., Magone A. (2001), *Il giornalismo morale. Questioni di etica e deontologia nell'informazione ai giorni nostri*, Celid, Torino
- Poletti F. (1992), *L'educazione interculturale*, La Nuova Italia, Firenze
- Popper K. R., Condry J. (1994), *Cattiva maestra televisione*, Reset, Milano.
- Portera A. (1997), *Tesori sommersi*, FrancoAngeli, Milano, 1997

Portera A. (1999), *Educazione umanistica interculturale nella famiglia*, in Secco L., Portera, *L'educazione umanistica interculturale nelle agenzie educative*, Cedam, Padova

Portera A. (2000), *L'educazione interculturale nella teoria e nella pratica*, Cedam, Padova

Portera A. (2003), *Educazione e Pedagogia interculturale in Italia e in Europa*, in Portera A. (2003), a cura di, *Pedagogia interculturale in Italia e in Europa. Aspetti epistemologici e didattici*, Vita e Pensiero, Milano

Portera A. (2003), a cura di, *Pedagogia interculturale in Italia e in Europa. Aspetti epistemologici e didattici*, Vita e Pensiero, Milano

Portera A. (2004), *Educazione interculturale in famiglia*, La Scuola, Brescia

Portera A. (2013), *Manuale di Pedagogia interculturale*, Laterza, Roma-Bari

Portera A. (2013), a cura di, *Competenze interculturali. Teoria e pratica nei settori scolastico-educativo, giuridico, aziendale, sanitario e della mediazione culturale*, FrancoAngeli, Milano

Prina F. (1997), *Il vizio dell'etichetta: stereotipi e catalogazione della diversità nell'informazione*, Atti del seminario del Redattore Sociale 1997, Capodarco di Fermo (Ascoli)

Redattore Sociale, *Atti del seminario del Redattore Sociale*, Capodarco di Fermo, Ascoli, sul sito www.redattoresociale.it

Reese S.D. (1994), *La determinazione dell'agenda dei media: una prospettiva di equilibrio del potere*, in Bentivegna S. (a cura di), *Mediare la realtà. Mass media, sistema politico e opinione pubblica*, FrancoAngeli, Milano

Roidi V. (2001), *La fabbrica delle notizie. Piccola guida ai quotidiani italiani*, Laterza, Roma-Bari

Rovinetti A. (2002), *Diritto di parola. Strategie, professioni, tecnologie della comunicazione pubblica*, Edizioni Il Sole 24 Ore

Russ-Mohl S. (2011), *Fare giornalismo*, Il Mulino, Bologna

Santerini M. (2003), *Intercultura*, La Scuola, Brescia

Santini C. (2002), *E se fosse una questione di democrazia? (laurea obbligatoria per difendere il lettore)*, in *Problemi dell'informazione* n.3, Il Mulino, Bologna

Sartori G. (1999), *Homo videns*, Laterza, Roma-Bari

- Secco L. (1990), *Dall'educabilità all'educazione*, Morelli, Verona
- Secco L. (1992), *Pedagogia interculturale (problemi e concetti)* in AA.VV. *Pedagogia interculturale (problemi e concetti)*, La Scuola, Brescia
- Secco L. (1993), *I problemi della pedagogia di fronte all'Europa '93* in *Pedagogia interculturale (un confronto interuniversitario)*, a cura di Agosti A., Morelli, Verona
- Secco L. (1999), *Educazione umanistica della pedagogia interculturale: fondamenti teorici e problemi pratici*, in Secco-Portera, *L'educazione umanistica interculturale nelle agenzie educative*, Cedam, Padova
- Secco L. (1999a), *Dall'educabilità all'educazione*, Morelli, Verona (nuova edizione)
- Secco L., Portera A. (1999), a cura di, *L'educazione umanistica interculturale nelle agenzie educative*, Cedam, Padova
- Seghetti R. (2005), *Inchieste geneticamente modificate. Approfondimento a gò gò nei giornali italiani. Peccato sia promozionale*, in *Problemi dell'Informazione*, n.4, Il Mulino, Bologna
- Sibathu R. (2004), *Il cittadino che non c'è. L'immigrazione nei media italiani*, Edup, Roma
- Simone R. (1999), *Fondamenti di linguistica*, Laterza, Roma-Bari
- Sirna Terranova C. (1997), *Pedagogia interculturale. Concetti, problemi, proposte*, Guerini, Milano
- Sofia C. (2004), *Analisi del contenuto, comunicazione, media. Evoluzione, applicazioni e tecniche*, FrancoAngeli, Milano
- Sorice M. (1995), *Dall'evento al testo*, in Faustini G., a cura di, *Le tecniche del linguaggio giornalistico*, Carocci, Roma
- Sorrentino C. (1995), *I percorsi della notizia. La stampa quotidiana italiana tra politica e mercato*, Baskerville, Bologna
- Sorrentino C. (1999), *Cambio di rotta. Temi e tendenze del giornalismo italiano*, Liguori, Napoli
- Sorrentino C. (2002), *Il giornalismo. Che cos'è e come funziona*, Carocci, Roma
- Sorrentino C. (2003) a cura di, *Il giornalismo in Italia. Aspetti, processi produttivi, tendenze*, Carocci, Roma
- Sorrentino C. (2004), *La memoria corta. Appunti per un giornalismo responsabile*, in *Problemi dell'informazione* n.4, Il Mulino, Bologna

Sorrentino C., Bianda E. (2008), *Quale nuovo giornalismo?*, in Sorrentino C. (a cura di), *Attraverso la Rete. Dal giornalismo monomediale alla convergenza crossmediale*, Rai-Eri, Roma

Sorrentino C. (2010), *Semplificare la realtà*, in Agostini A.-Zanichelli M., *Studiare il giornalismo*, Archetipolibri, Bologna

Sorrentino C., Bianda E. (2013), *Studiare giornalismo. Ambiti, logiche, attori*, Carocci, Roma

Tomasi L. (1997), a cura di, *Razzismo e società pluriethnica*, FrancoAngeli, Milano

Varni A. (2002), *Due soggetti pubblici per la formazione al giornalismo (laurea o scuola? L'essenziale è studiare)*, in *Problemi dell'informazione* n.3, Il Mulino, Bologna

Ventura B. (2003), *Comunicazione educativa, mass media e nuovi media*, FrancoAngeli, Milano

Villano P. (2003), *Pregiudizi e stereotipi*, Carocci, Roma

Volli U. (1994), *Il libro della comunicazione*, Il Saggiatore, Milano

Volli U. (2003), *Manuale di semiotica*, Laterza, Roma-Bari

Wallnoefer G. (2000), *Pedagogia interculturale*, Bruno Mondadori, Milano

Watzlawick P., Beavin J. H., Jackson D. D. (1971), *Pragmatica della comunicazione umana*, Astrolabio, Roma

Wievorka (1997), in Tomasi (a cura di), *Razzismo e società pluriethnica*, FrancoAngeli, Milano

Wolf (1998), *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bompiani, Milano

Siti web

www.csiunivr.org

Sito del Centro Studi Interculturali

www.prosmedia.org

Sito del gruppo di analisi interculturale dei media ProsMedia

www.mauriziocorte.it

Sito di riferimento, con collegamento ai blog, a cura di Maurizio Corte

www.cartadiroma.org

Sito dell'Associazione Carta di Roma

www.cestim.it

Sito del Centro Studi Immigrazione di Verona

www.redattoresociale.it

Sito dell'agenzia del Redattore Sociale

