

ICT, comunicazione politica e modelli di territorialità, governance e immigrazione.

La campagna elettorale ai tempi di Facebook

Lo studio prende in esame l'ampia messe di dichiarazioni in materia di immigrazione pubblicate dai principali candidati alle elezioni regionali per la Lombardia del 2018 sui rispettivi profili Facebook. L'obiettivo dell'indagine è quello di individuare e decodificare i temi ricorrenti di tali narrazioni online, mostrando particolare interesse nei confronti di alcuni elementi-cardine del dibattito sulle politiche migratorie: i concetti di territorio, governance e cittadinanza. La riflessione intorno all'utilizzo di questi concetti, insieme con lo svelamento dei meccanismi retorici e delle reali implicazioni socio-geografiche a essi sottesi, si propone di offrire una chiave interpretativa e predittiva, capace di comprendere le ragioni delle policies in materia di accoglienza dei migranti e di prevederne gli sviluppi futuri.

ICT, Political Communication and Patterns of Territoriality, Governance and Immigration. The Electoral Campaign at the Time of Facebook

This paper examines the wide range of statements about immigration which were published by three candidates for the 2018 Lombardy regional elections on their Facebook profiles. In order to identify and decode the recurring themes of the online storytelling, particular attention is given to the concept of territory, governance, citizenship, considered as the cornerstones in the debate on the migration policies.

The ways these concepts were used, in terms of rhetorical mechanisms and socio-geographical implications, offer an interpretative and predictive key, both revealing policies on the reception of migrants and predicting future developments.

ICT, communication politique et modèles de territorialité, gouvernance et immigration. La campagne électorale à l'époque de Facebook

L'étude examine le large éventail de déclarations sur l'immigration qui ont été publiées par trois candidats aux élections régionales de Lombardie de 2018 sur leur profil Facebook. L'objectif de l'enquête est d'identifier et de décoder les thèmes récurrents de ces récits en ligne, en montrant un intérêt particulier pour certains éléments clés du débat sur les politiques migratoires : les concepts de territoire, gouvernance et citoyenneté. La réflexion sur l'utilisation de ces concepts, ainsi que la révélation des mécanismes rhétoriques et des implications socio-géographiques réelles qui les sous-tendent, vise à offrir une clé interprétative et prédictive, capable de comprendre les raisons des politiques d'accueil des migrants et de prévoir les développements futurs.

Parole chiave: immigrazione, ICT, Facebook, Lombardia, elezioni regionali 2018

Keywords: immigration, ICT, Facebook, Lombardy, 2018 regional election

Mots-clés : immigration, ICT, Facebook, Lombardie, élections regionales 2018

Flavio Lucchesi, Università di Milano, Dipartimento di beni culturali e ambientali – flavio.lucchesi@unimi.it

Giuseppe Gambazza, Università di Milano, Dipartimento di beni culturali e ambientali – giuseppe.gambazza@unimi.it

Nota: In termini di contributi individuali, il testo può essere suddiviso come segue: i paragrafi 1, 2 e 5 sono stati scritti da Flavio Lucchesi, i paragrafi 3 e 4 da Giuseppe Gambazza.

1. Introduzione

Se è ben noto che per comunicazione politica si intende «lo scambio ed il confronto dei contenuti di interesse pubblico-politico prodotti dal sistema

politico stesso (partiti o movimenti), dal sistema dei mass-media e dal cittadino», è altrettanto evidente che ognuno di questi attori in gioco produce, veicola e recepisce in varie forme messaggi di natura politica, in un flusso che si sviluppa su



scambi pluridirezionali (Mancinelli, 2008, p. 69; Mazzoleni, 2004).

La finalità ultima di acquistare e consolidare il consenso dei cittadini in vista di un confronto elettorale ha portato nella lunga storia della comunicazione politica al succedersi di quattro modelli, il cui più recente e attuale, caratteristico delle cosiddette campagne elettorali *post-post-moderne*, è caratterizzato fondamentalmente dalla frammentazione mediatica legata al moltiplicarsi dei canali di informazione e di *format* che veicolano messaggi politici¹. Il ruolo decisivo assunto dalla presenza e diffusione di Internet e dei *social media* ha infatti indirizzato le campagne verso arene multiple, nel cui variegato palcoscenico interagiscono i nuovi *media* in un processo di ibridazione che segna ormai inequivocabilmente le strategie comunicative contemporanee della competizione politica e partitica (Stromback e Kioussis, 2014, Chadwick, 2017).

Il successo e la diffusione del cosiddetto web 2.0 parrebbe consentire una *disintermediazione*, permettendo un rapporto diretto tra cittadini e attori politici, e garantendo in tal modo forme di partecipazione attiva nelle scelte e nelle strategie politiche: anche se esistono in proposito posizioni più o meno ottimistiche, risulta comunque indubbio che la penetrazione delle tecnologie digitali sembra sostituire alla continuità formalizzata del coinvolgimento politico (per esempio esplicitata dall'iscrizione a un partito), una sorta di impegno intermittente, fluido, non più legato a tempi e presenze definiti (Sorice, 2014).

In un siffatto agone di (pretesa) democrazia digitale (o *e-democracy*), dove la rete offre – almeno potenzialmente – maggiori opportunità di partecipazione orizzontale, molto del contendere si incentra naturalmente sulle tematiche affrontate e gettate sul tavolo virtuale della discussione *online*. Ecco allora che il dibattito pubblico si focalizza su specifici argomenti caldi, vissuti dall'elettorato con particolare coinvolgimento. Tra le questioni al momento più sentite e partecipate, quella migratoria ha acquistato certamente rilievo in virtù dell'occorrere di fatti contingenti: nei commenti a drammatici eventi di cronaca, nelle reazioni a controverse azioni politiche, nelle strumentalizzazioni della propaganda elettorale, laddove il tema dell'immigrazione rappresenta un argomento di spicco, un'efficace arma retorica per denigrare gli avversari e/o per catturare il consenso.

Inserendosi in tale quadro, questo scritto intende analizzare la comunicazione *online* dei principali candidati alla guida della Regione Lombar-

dia durante la campagna del 2018, onde isolare – al netto dei proclami e degli annunci sensazionalistici – l'idea di immigrazione e le specifiche strategie di *governance* in base a cui i tre candidati hanno dichiarato di impostare le proprie prassi politiche.

A una prima parte teorico-metodologica, volta a individuare concetti e variabili attorno a cui impostare l'indagine, seguirà l'analisi dei contenuti relativa ai post su Facebook dei tre candidati, volta a precisare quali siano le idee di territorio, governo e cittadino su cui si fonda la loro particolare visione di Regione Lombardia.

In seguito si indagheranno i modi con cui gli attori politici fanno riferimento alla questione migratoria, nel tentativo di verificare se essa venga presentata e affrontata in termini conformi e coerenti con quanto emerso dall'analisi dei contenuti (oltre che dai programmi elettorali ufficiali), oppure risulti essere una variante accessoria, con poca o nessuna connessione significativa rispetto al contesto complessivo.

Tale indagine – condotta con l'occhio del geografo sociale aperto alle sfide che le nuove forme di comunicazione offrono al complesso *mediascape* elettorale – vorrebbe condurre, in ultima analisi, a comprendere modalità e intensità di utilizzo dell'ICT, e dei *social media* in particolare, da parte dei professionisti della politica rispetto a questioni di larga popolarità e di rilevanza pubblica.

2. Politica, migrazioni e *storytelling* digitale

Il formidabile impatto che la comunicazione pubblica (e quella politica in particolare) è oggi in grado di esercitare tramite i processi dialettici di partecipazione e condivisione consentiti dalle piattaforme digitali, ne esalta il ruolo e le potenziali azioni di «traslazione orizzontale» di messaggi e contenuti, sino al punto di rendere possibili e plausibili i suoi interventi sull'equilibrio sociale stesso. Consapevoli di questo, molti attori politici hanno abbandonato l'eredità classica dell'arte retorica, dismettendo in parte i rapporti diretti e personali e presentandosi sulla ribalta dei nuovi *media*, sempre più considerati come i fori contemporanei della deliberazione e della rappresentanza di politica e partiti (Mancinelli, 2008).

Proprio in tali piazze virtuali essi incontrano la vasta collettività elettorale, rappresentata da una massa eterogenea e ondivaga, esigente o rassegnata², e per di più disomogenea quanto all'utilizzo dei mezzi di informazione e alle modalità di ricezione del messaggio politico.

Se, come si è detto, si assiste al progressivo aumento di una fetta di popolazione che frequenta abitualmente i *media* digitali³, mostrando un certo disinteresse verso gli altri canali di informazione, specialmente quelli a stampa⁴, spesso ci si imbatte in elettori che formano le proprie opinioni integrando i contenuti trasmessi dai diversi mezzi di comunicazione: le trasmissioni radiotelevisive, le discussioni con familiari e amici, gli articoli su quotidiani e riviste, i siti Internet e i *social* (Grasso e Marrazzo, 2017). Ciò influisce sensibilmente su un insieme poliedrico e concatenato di fattori, certamente interessanti per lo studioso di geografia sociale, politica, delle comunicazioni: tra questi, per esempio, il modo in cui negli ambienti digitali le persone interagiscono tra loro e con le macchine, ma ancor più come determinati messaggi mediati da e in Internet possano condizionare lo sviluppo delle identità, il sentimento di appartenenza o meno ai luoghi, la mobilità, la giustizia socio-spaziale, il dipanarsi stesso delle emozioni... In altre parole, il modo di vivere e di relazionarsi degli esseri umani sul pianeta (Paradiso, 2017).

Le caratteristiche peculiari di questo nuovo spazio pubblico hanno dunque originato un flusso ininterrotto di plurime interazioni che coinvolge attori politici, cittadini, sostenitori, esponenti del mondo della comunicazione, in un quadro connotato da frequenti forme di ibridazione (Bentivegna, 2014). Pertanto, le tendenze e gli usi di tale piattaforma ad ampio raggio hanno inevitabilmente condizionato codici e linguaggi delle strategie comunicative messe in atto dalle *élites* politiche le quali, consapevoli del considerevole impatto che la rete esercita sull'opinione pubblica⁵, le affidano una parte sostanziale della propria comunicazione, nel tentativo di entrare in sintonia con i potenziali elettori destinatari del messaggio, colmando attraverso la condivisione il vuoto di identità e di senso da questi spesso oggi percepito (Rodríguez, 2013).

La stagione della politica digitale ha avuto evidenti ricadute anche in ambito scientifico. Limitando il discorso agli studi geografici, si osserva che nelle ultime tre decadi sono comparsi in riviste e libri di settore oltre 200 scritti inerenti alle tematiche della comunicazione mediata (Adams, 2017), molti dei quali dedicati ai nuovi *media*. In linea di massima, questi studi riguardano la mobilità geografica, le relazioni sociali territorialmente situate, la formazione della memoria individuale e collettiva, le contaminazioni fra *media* e genere, le critiche dell'idea positivista di realtà geografica e la rivisitazione del *digital divide*.

Tra gli argomenti coinvolti da questa svolta

epistemica, occupa un ruolo significativo quello dell'immigrazione, arricchitosi di un filone di studi volto all'analisi delle interconnessioni tra l'uso della comunicazione digitale e le dinamiche della mobilità; in questa prospettiva i nuovi *media* sono considerati un fattore attivo nella costruzione di territorialità complesse, multi-situate, dal «carattere, a un tempo, relazionale, evolutivo e trans-(translocale, transregionale, transnazionale e/o transcalare)» (Giraut, 2013, p. 294).

La reale o solo pretesa democratizzazione tematica prodotta dallo sviluppo della «società informazionale» (Castells, 1999) ha inoltre trasformato i processi e le narrazioni del fenomeno migratorio in modi imprevedibili, aprendo una pluralità di campi di investigazione, imperniati su una serie di domande-stimolo relative, per esempio, al modo in cui l'innovazione ICT ha incoraggiato le migrazioni, eventualmente trasformandone le traiettorie; al ruolo da essa occupato nel rafforzare o meno i rapporti tra migranti e luoghi di partenza, e/o nel favorire la loro integrazione nelle nuove realtà d'arrivo; alla sua capacità e propensione nel trasformare la comunicazione (politica e non) in materia di migranti.

Stimolata dal dibattito generatosi in particolare intorno all'ultimo interrogativo⁶, l'indagine proposta in questa sede investiga le categorie concettuali sottese allo «storytelling digitale» prodotto dai concorrenti alle elezioni regionali lombarde del 2018. Più precisamente, si concentra sui modi in cui gli aspiranti governatori hanno veicolato (in maniera non sempre esplicita) le loro idee riguardanti l'amministrazione della Lombardia anche in rapporto alle tematiche migratorie. Territorio, governo e popolazione rappresentano, infatti, tre fra i maggiori «requisiti di natura geografica a lungo studiati dai geografi politici» (Glassner, 1993, p. 56), in base ai quali si definisce la regione amministrativa e, per tale ragione, sono stati posti al centro della nostra indagine.

Essi sono stati operativizzati e declinati nelle quattro variabili nominali attorno a cui «ruota» la *content analysis* qui condotta, relative ad aspetti territoriali («territorio»), amministrativi («governo») e della popolazione, quest'ultima distinta in due *items*, volti a evidenziare i rapporti fra la popolazione residente (la scelta è ricaduta sul termine «cittadino») e immigrata («immigrazione»).

La frequenza di tali variabili e le relazioni che esse intrecciano con lemmi appartenenti ad aree semantiche diversificate hanno consentito, pertanto, di individuare un quadro metodologico attraverso cui verificare una serie di ipotesi di ricerca. In particolare, si è cercato di appura-



re a quali logiche (autonomiste, dirigiste, partecipative, europeiste...) si sia ispirata la proposta di governo formulata dai tre attori politici. Sulla base di tali premesse, si è incentrata l'attenzione sull'accezione secondo cui essi si sono riferiti al concetto di territorio (accostandolo per esempio maggiormente a un sistema aperto o chiuso, concreto o astratto, anche attraverso l'osservazione dei rimandi a elementi di contesto spaziale), e all'idea di cittadinanza (ristretta o allargata) a questo sottesa. Si è inoltre cercato di appurare se la questione dell'immigrazione sia stata presentata in maniera coerente rispetto a quanto proposto nel programma elettorale ufficiale, inquadrandola secondo una prospettiva di integrazione o di esclusione.

3. Facebook e la campagna elettorale per le presidenziali di Lombardia 2018

L'ente regionale occupa un ruolo decisivo nel governo dell'immigrazione, il quale si articola su due piani, uno nazionale e uno locale, sostanzialmente distinti, malgrado alcune inevitabili sovrapposizioni di campo: se lo Stato è competente in materia di ingresso e soggiorno, le Regioni sono responsabili delle forme dell'accoglienza e dell'integrazione degli immigrati (art. 117, comma 2, lett. a e b Cost.). La competenza statale regola dunque «le forme di espressione della sovranità nella sua accezione di esclusione o di inclusione controllata degli stranieri; [la competenza regionale], invece, è incentrata sulle forme e sui limiti con i quali si esercita la sovranità, vale a dire le forme della convivenza sul territorio» (Ronchetti, 2013).

In questo quadro la presente indagine deco-difica le comunicazioni telematiche in materia di immigrazione⁷ prodotte dai maggiori politici presenti sulla scena lombarda, ossia i rappresentanti della coalizione di centro-destra, di centro-sinistra e del MoVimento 5 Stelle (M5S).

Tralasciando gli annunci provenienti da altri pulpiti, spesso veicolanti spunti di altrettanto interesse, ma minoritari quanto a incisività politica, il campo di ricerca si è così ridotto alle esternazioni dei tre candidati alla Presidenza della Regione Lombardia, che hanno guadagnato un numero sufficiente di consensi tali da oltrepassare la soglia di sbarramento e da ottenere almeno un seggio elettorale. Essi sono: Attilio Fontana, ex sindaco di Varese (2006-2016) e candidato presidente del centro-destra, eletto con 2.793.370 preferenze, pari al 49,75% del totale dei votanti (48 seg-

gi); Giorgio Gori, sindaco di Bergamo, candidato presidente del centro-sinistra, che ha ottenuto 1.633.367 voti, pari al 29,09% del totale dei votanti (17 seggi); Dario Violi, consigliere uscente della Regione Lombardia e candidato del M5S, che ha ottenuto 974.984 voti, pari al 17,37% del totale dei votanti (13 seggi).

L'analisi si è concentrata sui *posts* pubblicati su Facebook dai tre concorrenti nei mesi immediatamente precedenti e successivi alla tornata elettorale di domenica 4 marzo 2018⁸.

L'arco temporale considerato ha preso il via nel giorno di apertura ufficiale di ciascuna campagna elettorale per concludersi un mese dopo la chiusura delle urne, ossia mercoledì 4 aprile 2018. È stato così possibile mettere a confronto le categorie concettuali sottostanti ai proclami dei diversi partiti sul governo della Regione in relazione al fenomeno migratorio, evidenziandone lo sviluppo diacronico e osservando gli eventuali scostamenti pre- e post-elettorali.

Fra i tre concorrenti è stato Attilio Fontana il più prolifico utilizzatore di Facebook, con 745 *posts* pubblicati nei «soli» 87 giorni della sua campagna elettorale, aperta l'8 gennaio 2018, mentre Dario Violi, in seguito all'apertura della sua campagna elettorale, avvenuta il 25 novembre 2017, ha aggiornato la sua pagina ufficiale con 488 *posts* (media 3,7/giorno); infine Giorgio Gori, durante la sua corsa alle Regionali, iniziata il 20 novembre 2017, ne ha realizzati 288 con una media di 2,1 *posts*/giorno⁹.

Su tali evidenze abbiamo condotto un'analisi, volta a restituire una comparazione sistematica del contenuto simbolico in esse contenuto (Bailey, 1985) (tab. 1).

I dati raccolti sono stati elaborati secondo criteri di pertinenza tematica e rilevanza numerica, eliminando le parti del discorso ininfluenti per la nostra indagine¹⁰ insieme con tutte quelle che compaiono all'interno del testo in rare occasioni (meno di tre volte).

Tab 1. Il campione considerato

	Fontana	Gori	Violi
Periodo di osservazione (gg)	87	136	131
Numero post	745	288	488
Media post/giorno	8,6	2,1	3,7
Totale termini	21.000	14.700	25.300
Termini analizzati	240	182	277

Tab. 2. Numero di occorrenze di termini all'interno dello stesso paragrafo (Vos Viewer, elaborazione degli autori)

Items	Fontana		Gori		Violi	
	Numero citazioni	Correlazioni	Numero citazioni	Correlazioni	Numero citazioni	Correlazioni
«Territorio»	23	«Cittadino» (3)	20	«Lavoro» (7) «Formazione» (6) «Alimentazione» (4) «Montagna» (4) «Cittadino» (4) «Provincia» (4)	47	«Cittadino» (16) «Lavoro» (8) «Milano» (8)
«Governò»	22	«Autonomia» (7) «Italia» (5) «Maroni» (4) «Lega» (4) «Salvini» (4) «Roma» (4)	10	«Milano» (5) «Aler Milano» (4) «Lega» (3)	21	«Cittadino» (6) «Problema» (5) «Treno» (3) «Emergenza» (3) «Maroni» (3) «Italia» (3) «Campagna» (3)
«Cittadino»	27	«Autonomia» (5) «Territorio» (3)	42	«Ospedale» (9) «Controllo» (8) «Amministratore» (7) «Sicurezza» (6) «Area» (6) «Persona» (6) «Territorio» (4)	109	«Territorio» (16) «Incontro» (14) «Imprenditore» (11) «Lavoro» (10) «Governò» (6)
«Immigrazione»	13	«Problema» (9) «Illegalità» (5) «Social Housing» (3) «Confartigianato» (3) «Imprenditoria» (3) «Centro-destra» (3) «Gori» (3) «Italia» (3)	3	«Ragione» (2)	4	«Fontana» (4)

Durante le fasi di acquisizione e analisi dei dati si è utilizzato «Vos Viewer», il *software* elaborato dai ricercatori dell'università di Leiden per la costruzione e la visualizzazione di reti bibliometriche e successivamente adattato per l'analisi testuale di produzioni scientifiche e non (Van Eck e Waltman, (2010).

Tale strumento è stato un utile supporto nell'individuare quali coppie di termini comparivano con maggiore frequenza all'interno dello stesso *post* di Facebook¹¹, contribuendo così, per ciascuno dei tre candidati, a mappare le reti di rimandi semantici intorno alle quattro variabili nominali sopra indicate («territorio», «governo», «cittadino», «immigrazione»), utili a decodificare le idee (più o meno esplicite) di società future e possibili scenari in materia di immigrazione (tab. 2).

La *content analysis* mostra come la voce «territorio» sia soprattutto associata a tematiche relative a lavoro e formazione: tale interconnessione è evidente in Violi e Gori, in cui si individuano particolari rimandi a temi di competitività ter-

ritoriale. Il Sindaco di Bergamo (20) abbraccia una realtà socio-economica più ampia rispetto agli avversari politici ed evoca, accanto a riferimenti alla questione occupazionale («lavoro», 7), aspetti legati alla «formazione» (6) e all'«alimentazione» (4).

L'*item* ricorre assiduamente anche nelle narrazioni di Fontana (23) (senza tuttavia evidenziare significative correlazioni), ma è soprattutto presente nei *posts* di Violi (47), in cui – oltre a «lavoro» (8) – trovano spazio diversi collegamenti alla realtà territoriale milanese («Milano», 8), riferimento per lo sviluppo locale dell'intera regione.

Il capoluogo lombardo rappresenta infatti un'eccezione alla scarsa propensione «localizzata», prerogativa comune a tutti i candidati, poco inclini a indicare referenti spaziali. Nelle citazioni di Gori e Violi, la città di Milano è percepita come un modello di sviluppo e una centralità regionale, la qual cosa – unitamente alla quasi totale assenza di toponimi extraregionali – potrebbe riflettere una prospettiva autoreferenziale con cui gli amministratori guardano al territorio di competen-



za, inserendolo in una traiettoria sociopolitica apparentemente svincolata dal contesto.

Diversamente, i discorsi legati alla *governance* – la seconda fase dell’indagine – acquistano centralità specialmente nella comunicazione di Fontana. È il rappresentante della Lega, infatti, a citare maggiormente il termine «governo» (22), sovente ponendolo in correlazione con «autonomia» (7), con il quale costituisce un binomio da cui si irradia una trama intertestuale dai frequenti richiami a personalità e simboli dell’«universo leghista»¹². Da tali corrispondenze si evince una forte continuità tra il progetto regionale e i programmi nazionali delle forze politiche di centro-destra, favorevoli al «rafforzamento delle autonomie locali» e fautori di un «modello di federalismo responsabile che armonizzi la maggiore autonomia prevista dal titolo V della Costituzione e già richiesta da alcune regioni in attuazione dell’articolo 116, portando a conclusione le trattative attualmente aperte tra Stato e Regioni» (<http://dait.interno.gov.it/>)¹³.

Anche il sistema di correlazioni emerso dal *corpus* di Gori con il termine «governo» (10) sembra voler tracciare il paesaggio cultural-politico entro cui si iscrivono le linee politiche del candidato di centro-sinistra, rimarcando le differenze rispetto agli altri schieramenti politici: non mancano, anche in questo caso, rimandi alle fonti di ispirazione, sebbene si concentrino su una scala locale e in particolare su strategie di *housing* sociale («Milano», 5; «Aler Milano», 4).

L’idea di «governo» presentata da Violi (21)

rimanda, invece, a una costellazione meno coesa rispetto alle precedenti, la cui raggiera di riferimenti eterogenei, quali «problema» (5), «treno», «emergenza», «Maroni», «Italia», «campagna» (3), denotano una visione meno caratterizzata ideologicamente e apparentemente più attenta a problematiche specifiche, come quella dei trasporti.

Comune a tutti i candidati è, invece, la tendenza a limitare i messaggi relativi a strategie operative localizzate, favorendo la progressiva de-spazializzazione del dibattito politico, dovuta non soltanto alla crescente importanza di arene virtuali a discapito delle pubbliche piazze (Agnew, 2016), ma anche alla progressiva marginalizzazione dell’elemento spaziale all’interno delle narrazioni politiche, come se oltre all’adozione di un *medium* digitale anche il messaggio diventasse sempre più decontestualizzato.

La tendenza a indugiare su concetti identitari di natura sociopolitica emerge anche dall’analisi del reticolo di termini collegati alla variabile «cittadino», nella quale la presenza di *items* legati alla sfera amministrativa, differenti per ciascuno dei tre candidati, appaiono invariabilmente «rassicuranti» per i relativi bacini elettorali. Non sorprende dunque che l’esponente leghista associ il termine «cittadino» con le istanze autonomiste, mentre i suoi antagonisti lo colleghino a questioni di *welfare* sociale e sviluppo economico.

Nello specifico, le occorrenze più frequenti per Fontana (27) riguardano i concetti identitari di «autonomia» (5) e di «territorio» (3); quelli di

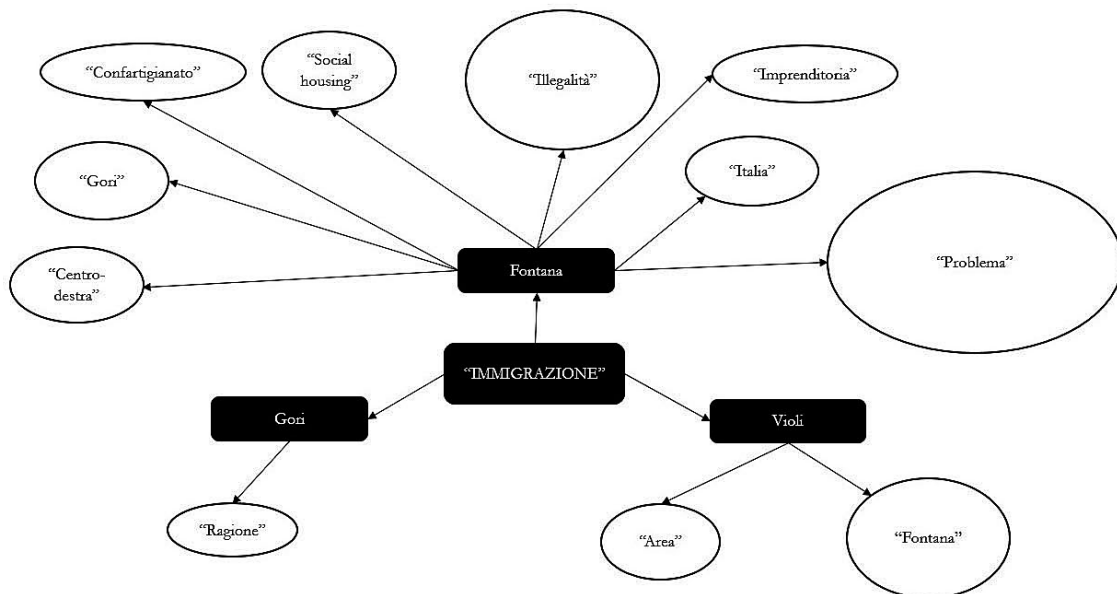


Fig. 1. Visualizzazione del sistema lessicale correlato al termine «immigrazione» nella narrazione di Fontana, Gori e Violi. La dimensione degli ovali è proporzionale al numero di ricorrenze (Vos Viewer, elaborazione degli autori).

Gori (42) rimandano a «ospedale» (9), «controllo» (8), «amministratore» (7), «sicurezza», «area», «persona» (6); infine quelli di Violi (109) a «territorio» (16), «incontro» (14), «imprenditore» (11) e «lavoro» (10).

Nessun cenno, invece, riguardo al riconoscimento della cittadinanza per richiedenti asilo e rifugiati. Questo può derivare dalla volontà di evitare scomposte reazioni da parte dei lettori (col rischio di innescare la pericolosa deriva del cosiddetto *Hate Speech*) (Scaramella, 2016), così come dal desiderio di sottrarsi a un confronto intellettuale complesso o di avventurarsi su un terreno scivoloso e addirittura controproducente in termini di riscontro elettorale. Ciò sembra suggerire che, in ambito elettorale, i *social media*, i mezzi di comunicazione più immediati e informali, abbandonino la loro carica dissacratoria, evitando tematiche complesse o scomode.

La questione migratoria, di conseguenza, si colloca spesso in una posizione marginale nel dibattito politico. Alla parola-chiave «immigrazione» (fig. 1) Gori e Violi dedicano, infatti, talmente poco spazio da rendere arduo stabilire una gerarchia di ricorrenze statisticamente significative. Il termine assume rilevanza specifica solo all'interno del *corpus* di Fontana (13), nel quale costituisce il nodo centrale di un'ampia rete di collegamenti, tra cui spiccano quelli concernenti «problema» (9), «illegalità» (5) e «Gori» (3). Per l'ex sindaco di Varese l'immigrazione sembra rappresentare una minaccia a livello regionale e nazionale (sono da leggersi in tal senso le occorrenze di «Italia»), per arginare la quale la sua parte politica intende impegnarsi in modo efficace (contrariamente a «Gori»), anche attraverso il ripensamento di politiche sociali («*social housing*») volte ad avvantaggiare soprattutto i residenti. Il collegamento con le voci «Imprenditoria» e «Confartigianato» si riferisce, invece, a elementi di contesto: la tematica delle migrazioni è stata, infatti, ripetutamente trattata da Attilio Fontana nel corso o a margine di incontri con il mondo degli imprenditori di varie realtà locali.

4. Oltre alle evidenze numeriche: l'analisi dei discorsi sui migranti

4.1. Strategie istituzionali di governo dell'immigrazione

Il paragrafo presenta i risultati della seconda fase della ricerca, la quale si propone, dapprima, di mostrare le posizioni ufficiali sul governo dell'immigrazione proposte nei programmi elettorali considerati (consultabili accedendo alle

pagine web istituzionali), e successivamente di presentare i contenuti espressi all'interno dei contesti informali del mondo *social* (a cui è dedicato il paragrafo successivo); ciò al fine di verificare come, con l'avvicinarsi della data delle votazioni, la tematica in questione venga trattata assumendo di volta in volta ruolo, rilevanza e significato diversi.

Come si è visto, i programmi politici dei tre candidati dedicano complessivamente poco spazio alla questione migratoria¹⁴. Nonostante il clamore suscitato nel dibattito pubblico, il tema appare infatti marginale all'interno del discorso politico istituzionale, sintomo di un incompiuto percorso intellettuale intorno a esso.

Attilio Fontana, nel documento *La mia proposta* (<https://www.fontanapresidente.it/>), ne considera principalmente gli aspetti connessi a sicurezza e legalità. Il discorso sui migranti trova spazio all'interno del capitolo *Sicurezza: diritto inalienabile dei cittadini* e più precisamente nei due sotto-capitoli intitolati *No moschee abusive* e *Stop all'immigrazione irregolare*. In essi si manifesta l'avversione all'abrogazione della cosiddetta «legge anti-moschee»¹⁵ che «definisce regole chiare e puntuali» in merito al divieto di costruire «nuove strutture [che] non rispondono a criteri basati sulla sicurezza dei cittadini». Egli auspica inoltre l'immediato allontanamento dei migranti «irregolari» dal territorio nazionale, considerati una minaccia per la comunità locale: «chi non ha diritto a rimanere, deve essere rimpatriato immediatamente, come prevede la legge, a tutela della sicurezza dei lombardi» (p. 93), mentre meritano un trattamento diverso «coloro che vogliono rispettare le nostre regole»: a costoro la Lombardia – «una delle poche regioni» d'Italia – rivolge percorsi di integrazione specifici ed efficaci.

Come emerso nel capitolo precedente, la narrazione di Fontana partecipa alla costruzione discorsiva del fenomeno migratorio come minaccia sociale, da cui scaturirebbe la necessità di una progressiva «securitizzazione» (Boswell, 2007; Williams, 2008) dei processi sociopolitici attraverso azioni governative tempestive e mirate. Va interpretata in quest'ottica l'insistenza sul tema del rimpatrio dei «denegati», strumentale a rimarcare la dicotomia tra il «buon cittadino» e lo «straniero illegale» (Peutz, 2006) e ad attirare le simpatie di un'opinione pubblica allarmata. Anche gli appelli circa misure di regolamentazione per la costruzione delle moschee agiscono nella stessa direzione, sottolineando per di più la presunta pericolosità dei migranti di religione musulmana.

Giorgio Gori inserisce il tema della immigra-



zione nel sotto-capitolo *Migranti e processo di integrazione*, contenuto all'interno della sezione *Welfare, politiche sociali e politiche per la sicurezza* (<https://www.giorgiogori2018.it/>). In questo caso la trattazione marginalizza gli aspetti securitari e dedica spazio a strategie di integrazione improntate alla distribuzione più omogenea dei luoghi di accoglienza per i richiedenti asilo, anche attraverso la più estesa adesione di enti locali al Sistema di protezione per i richiedenti asilo e rifugiati (SPRAR/SIPROIMI): ciò al fine di implementare in tal modo tattiche spaziali con cui l'ente regionale possa far fronte a problematiche insorte in aree ad alta densità migratoria, in cui si registrano consistenti concentrazioni di particolari gruppi etnici. La rilevanza degli enti locali nel governo dell'immigrazione viene, inoltre, ribadita anche in altri passi del testo, in cui si prospetta la costituzione di un fondo destinato a promuovere «percorsi di integrazione, formazione e scambio culturale» e a sostenere «la piena partecipazione delle seconde generazioni alla vita pubblica».

Il riferimento teorico su cui si fonda il programma di Gori sembra riferirsi al modello dell'«integrazione» intesa come un processo dinamico e bidirezionale di adattamento reciproco da parte di tutti gli immigrati e residenti dello Stato membro (Samers e Collyer, 2017), per il quale l'incontro fra i popoli comporta un arricchimento culturale reciproco.

Il programma di Dario Violi (<http://www.violidario.it/>), infine, tratta la questione migratoria in un sotto-capitolo dedicato, posizionato all'interno della sezione *Affari istituzionali*, che prende in considerazione i vari aspetti salienti già trattati alternativamente da Fontana e Gori. Rispetto alla «legge anti-moschee», Violi si contrappone alle idee di Fontana e si dice favorevole alla «costruzione di luoghi di culto ufficiali per la religione musulmana, molto più controllabili, secondo le forze dell'ordine e la magistratura, rispetto ai tanti luoghi di preghiera clandestini oggi presenti» (p. 61). Come l'esponente leghista, il candidato del M5S considera la «questione-moschee» uno snodo importante della geografia politica del controllo delle migrazioni. Ciò nonostante, le strategie immaginate risultano essere fra loro piuttosto diverse: se il programma di Fontana prevede scarsa partecipazione straniera alla vita pubblica, Violi prospetta, invece, scenari maggiormente inclusivi, con la riduzione delle diseguaglianze di potere tra residenti e nuovi arrivati.

In merito alla questione dell'accoglienza si registra una sostanziale concordanza tra il rappresentante del M5S e Giorgio Gori: entrambi, infat-

ti, promuovono pratiche di accoglienza diffusa e l'agevolazione dell'integrazione degli stranieri regolari. Tuttavia, su questi temi il programma di Violi risulta meno dettagliato di quello del candidato del centro-sinistra, limitandosi ad auspicare un rafforzamento dell'«integrazione culturale e religiosa nel reciproco rispetto, per una convivenza civile e pacifica» (p. 61). Il candidato del M5S si rivela, invece, in linea con il programma di Fontana riguardo al rapporto tra immigrazione e sicurezza e annuncia di voler contrastare con fermezza ogni condotta che comprometta la civile convivenza: «Degradato, ghettizzazione e illegalità verranno contrastate attraverso la promozione del decoro, dignità e coesione» (p. 61).

4.2. Discorsi informali sull'immigrazione: la piattaforma Facebook

L'analisi si è successivamente concentrata sui *posts* di Facebook dedicati al tema dell'immigrazione.

A esso il candidato del centro-destra riserva 16 *posts*, spesso contenenti articoli comparsi su quotidiani (cartacei e *online*) o agenzie di stampa, strumentali a delineare l'idea di governo, ispirata a rivendicazioni fortemente identitarie, del *leader* leghista o dei suoi alleati. È il caso del *post* apparso il 22 febbraio, in cui si riporta l'attacco nei confronti dello SPRAR da parte di Matteo Bianchi, sindaco di Morazzone e Vicepresidente Nazionale dell'ANCI.

Gori ripropone politiche fallimentari su immigrazione. Gli SPRAR per i richiedenti asilo sono un fallimento che DANNEGGIA i Comuni. «Gli SPRAR sono nati in un determinato periodo storico e sono stati impostati come una sorta di braccio operativo per le politiche del Governo, basati sulla follia immigrazionista dell'allora ministro dell'Interno Alfano» afferma Matteo Bianchi sindaco leghista di Morazzone, Vicepresidente Nazionale dell'ANCI [22 febbraio].

Fontana critica violentemente l'ex sistema di protezione per richiedenti asilo e rifugiati, misurandosi così con un tema trascurato nel suo programma elettorale. Tuttavia il suo violento attacco («follia immigrazionista») sembra rivolgersi alle politiche governative sul controllo dei confini piuttosto che a quelle sull'integrazione. Cionondimeno, la strategia gli è utile nel delineare un fronte di battaglia tra due diversità irriducibili: un «noi» nazionale e un «altro» esterno, cui si associano rappresentazioni di immigrati come una minaccia per la coesione culturale (Mattissek e Reuber, 2016). In tale scenario, Fontana ritaglia per se stes-

so e i membri della sua compagine politica il ruolo di difensori dell'identità nazionale, additando gli avversari (Gori soprattutto) come spalleggiatori dell'illegalità e del disordine sociale. Per suffragare tale visione, egli si concentra soprattutto su aspetti culturali piuttosto che razziali, laddove il risentimento diffuso nei confronti dei migranti viene cavalcato nella lotta all'illegalità, nella difesa dei luoghi, del patrimonio e dei valori tradizionali. A eccezione della *gaffe* sulla difesa della razza bianca, con cui egli ha maldestramente aperto il dibattito sull'argomento – una frase razzista di cui si è prontamente scusato, derubricandola a «lapsus», e che non compare nella sua pagina Facebook – Fontana ha infatti eletto alcuni temi della geografia dell'esclusione a terreno di confronto/scontro in cui far risaltare la propria appartenenza cultural-ideologica.

Il divieto di costruire nuove moschee sul territorio regionale fornisce in tal senso un esempio eloquente, in cui modelli spaziali e di pianificazione urbana assumono moschee e minareti come simboli dell'islamizzazione della sfera pubblica (Antonsich e Jones 2010).

FONTANA, IL PROGRAMMA: SU SICUREZZA E MIGRANTI LA VERA SFIDA ALLA SINISTRA
No alle moschee abusive e stop ai clandestini Gori parla di diritto al culto e società plurale [«Il Giornale», 15 febbraio 2018].

Un secondo esempio di tale tendenza è rintracciabile nelle parole del suo collega di partito Paolo Grimoldi, che Fontana riprende in due occasioni accostando il PD a esponenti dell'estremismo islamico.

- 1) #GRIMOLDI Imam moschea Segrate chiede a immigrati musulmani di votare PD. Gori prenda le distanze da un estremista che odia i gay e ha posizioni antisemite (28 febbraio).
- 2) Regionali, Grimoldi (Lega): Pd in moschea per chiedere voto (2 marzo).

La contrapposizione basata sulla separazione noi/altri su cui si fonda il *marketing* di Fontana viene ribadita in altre occasioni durante la campagna elettorale, come ad esempio nell'intervista rilasciata a «La Repubblica» (e postata su Fb il 15 gennaio) oppure nella ripresa di altre altisonanti esternazioni dell'onorevole Paolo Grimoldi: «Autonomia per la Lombardia, Salvini premier e stop immigrazione clandestina. Prima la nostra gente!» (2 marzo).

Anche i richiami allo Stato italiano comprovano – anziché smentire – tale autoreferenzialità:

evocato frequentemente dal candidato del centro-destra, esso, infatti, viene spesso considerato come baluardo identitario in contrapposizione alla supposta minaccia dell'immigrazione. Ne deriva una concezione (anacronistica) di spazio socio-geografico, percepito come «nostro», in cui la presenza dell'«altro» non è sempre ritenuta legittima (Vignò e Gambino, 2017). In linea con tale logica manichea, Fontana definisce i propri avversari politici «amici degli immigrati», con speciale e reiterata menzione per Giorgio Gori, che viene definito «quello delle moschee» (16 gennaio) o colui «che parla di diritto al culto e società plurale» (15 febbraio). Inoltre, uno dei capisaldi della campagna elettorale riguarda il progetto di espellere tutti gli immigrati irregolari presenti in Lombardia, i quali secondo le spesso citate fonti ISMU (2017), si aggirano intorno alle 100.000 unità. Rispetto a tale impegno, ribadito in 8 *posts*, Fontana incassa il pieno appoggio dell'intera coalizione, pronta ad accorrere in sua difesa contro le accuse di demagogia provenienti dall'area progressista e dal M5S.

Expulsione clandestini: risposta a Gori

Roma, 1 mar. (askanews) - «Espellere 600mila immigrati clandestini dall'Italia, come promesso sia da Salvini che da Berlusconi, e di questi espellerne 100mila dalla sola Lombardia, come annunciato da Attilio Fontana, è un obiettivo reale e concreto, che realizzeremo in tempi rapidi, anche se il Pd, Renzi e Giorgio Gori sostengono il contrario. Si può fare, basta volerlo...» [1 marzo].

Oltre alla coerenza evidente nei contenuti espressi nel programma politico e sui *social media*, la narrazione di Fontana tende spesso a considerare i migranti senza documenti come un gruppo omogeneo, in cui i soggetti smarriscono la propria individualità.

Le pagine Facebook di Gori e Violi riservano all'immigrazione decisamente meno spazio, dedicandole soltanto pochi *posts*. A differenza del Presidente della Regione il quale, nonostante un sostanziale silenzio sul tema all'interno del programma elettorale, sulla pagina Facebook si è occupato diverse volte di immigrazione, i suoi contendenti si sono infatti limitati a controbattere alle sue *boutades* senza riuscire ad articolare una riflessione matura sulla questione.

Nello specifico, dei tre *posts* che Gori dedica al tema si segnala quello del 19 dicembre, in cui si riporta il duro attacco al sindaco di Como, apparso sul quotidiano «Il Giorno», nel quale Gori si dichiara profondamente contrariato di fronte alla decisione della giunta comasca di imporre una multa a senzatetto e migranti che chiedono la



carità nel periodo di Natale per ragioni di decoro urbano. Va inoltre ricordato il *post* del 16 gennaio, che rilancia la sua lunga intervista rilasciata a «Il Foglio», in cui il candidato propone la sua linea in termini di politiche dell'immigrazione e denuncia le manchevolezze della precedente amministrazione sia nelle pratiche di accoglienza («chi ha governato qui non ha fatto nulla per l'integrazione, per insegnare l'italiano, per l'inserimento in un mondo del lavoro che invece richiede proprio forza lavoro»), sia in quelle di sicurezza («sulla polizia locale, sul controllo del territorio, sono state dette parole e fatto poco, speso poco»).

Anche Gori contribuisce dunque a rafforzare la barriera «ideologica» fra gli schieramenti, in virtù della divergenza di idee sul governo delle migrazioni. Il ripristinato fronte noi/loro è però nel suo caso rivisitato e pone da un lato i responsabili di una situazione malgovernata, causa dell'attuale crisi, dall'altro i fautori di una proposta alternativa, fondata sui valori dell'accoglienza e della sicurezza. Tuttavia, oltre a riprendere sinteticamente i concetti già accennati nel programma elettorale, Gori non utilizza la sua pagina Facebook per approfondire le tematiche dell'«Integrazione».

Eguale in Violi – che dedica al tema dell'immigrazione soltanto quattro interventi – l'argomento è affrontato il più delle volte in reazione alle promesse di Fontana: gli interventi *social* dell'esponente del M5S enfatizzano soprattutto la presunta incoerenza della coalizione di centro-destra, i cui proclami sarebbero puntualmente smentiti dalle azioni messe in atto. In un'intervista rilasciata all'emittente radiofonica «RTL 102.5» (e ripubblicata sui *social*), Violi critica aspramente la scelta della precedente amministrazione di «svuotare il quartiere storico di Città studi a Milano spostandolo in area Expo», che lo trasformerebbe in un quartiere-dormitorio per disperati, con gli annessi problemi di sicurezza. Nel *post* relativo all'intervista, pubblicato il 2 febbraio, si legge: «Fontana dice che vuole mandare via 100 mila immigrati ma [...] la verità è che con la Lega l'immigrazione rimarrà un fenomeno fuori controllo, così potranno continuare a sfruttarlo per fare campagna elettorale!» (2 febbraio).

Le contraddizioni di Fontana in materia di sicurezza e immigrazione vengono evidenziate anche in un secondo momento della campagna elettorale, quando Violi attribuisce ai leghisti la responsabilità della scarsa vigilanza nelle stazioni ferroviarie.

Purtroppo le stazioni dei treni in Lombardia ormai sono terra di nessuno, e i diretti responsabili sono i

leghisti che blaterano di immigrazione per tornaconto elettorale ma la realtà è che hanno abbandonato il territorio [10 febbraio].

Del tema dei migranti tratta anche il *post* del 5 febbraio, per mezzo del quale Violi, intenzionato nuovamente a smascherare le ipocrisie degli avversari, invita Gori e Fontana a un confronto televisivo.

Non si può fare campagna elettorale a suon di comunicati stampa con proposte fondate sul nulla e che non hanno a che vedere con le politiche regionali. E' il caso delle promesse sui migranti di Fontana e dell'inutile dentista gratis per i bimbi con i denti da latte di Gori. Vengano in Tv a raccontare balle di fronte ai cittadini se hanno il coraggio! (5 febbraio).

L'ultimo *post* qui considerato riguarda l'intervista a Violi apparsa il 17 febbraio sulle colonne de «Il Giornale di Brescia», nella quale si assegna a Regione Lombardia il compito di promuovere commissioni efficienti sul territorio che valutino lo status di rifugiato in tempi più rapidi rispetto a quelli attuali. È la *pars construens* della proposta M5S sulle politiche regionali di integrazione, annunciata in polemica con i proclami di espulsione e rimpatrio dei suoi avversari che si arrogano diritti e poteri estranei alle loro competenze. Va letta in questo senso l'oscura premessa riportata in apertura dell'intervista, la quale potrebbe essere equivocata come il tentativo di deresponsabilizzare l'ente locale nel governo dell'immigrazione: «Ieri sono stato intervistato dal Giornale di Brescia e ho ribadito la nostra posizione su sanità, autonomia e immigrazione (che non è un tema regionale, anche se gli altri vogliono farvelo credere)».

L'interessante riferimento alle pratiche di *rescaling* (Brenner, 2004) – in base alle quali gli enti locali possono attivare modelli di accoglienza alternativi rispetto alle linee dettate dal governo nazionale sul tema dell'immigrazione – non viene tuttavia adeguatamente sviluppato. Nelle parole di Violi – e dei suoi avversari politici – risulta infatti spesso complesso sia rintracciare i caratteri di un approccio identitario a scala regionale sia individuare specifiche geografie locali relative a eventuali processi di integrazione, securitizzazione e di distribuzione dei migranti.

5. Conclusioni

La *disintermediazione* fra candidati ed elettorato, avvenuta anche grazie alla diffusione degli strumenti ICT, ha ridisegnato il perimetro della co-



municazione di settore, favorendo la proliferazione di processi partecipativi che hanno contribuito alla creazione di una sorta di mito, secondo cui la politica viene vissuta e giocata in prima persona dal cittadino «a colpi di *tweet*» (Bentivegna, 2015).

In un siffatto contesto mediatico poroso e fluido, in cui la campagna elettorale è (o dovrebbe essere) l'ultima tappa di un lungo processo nel quale i messaggi vengono costruiti, diffusi e condivisi con la strategia di ben delineare l'identità di un partito e del suo esponente di punta (Grandi e Vaccari, 2013), risulta interessante focalizzare l'attenzione su come sono state recentemente affrontate nel nostro Paese alcune specifiche tematiche di rilevante attualità e impatto emotivo.

Nel presente scritto ci si è riferiti alla corsa elettorale del 2018 per la Presidenza della Regione Lombardia, e si è in particolare analizzato l'uso che i tre principali concorrenti Attilio Fontana, Giorgio Gori e Dario Violi hanno fatto di Facebook per veicolare la propria idea di *governance* regionale in rapporto alle tematiche migratorie: nel dettaglio, si è ritenuto che il confronto delle sfere di significati inerenti agli specifici termini di «territorio», «governo», «cittadino» e «immigrazione» (connotati dunque da una forte valenza socio-politica) potesse costituire uno strumento di ricerca utile per svelare la coerenza dei discorsi prodotti dai tre candidati e, in ultima analisi, la sostenibilità dei fondamenti su cui poggia la loro particolare visione della politica e della società.

Lo studio ha mostrato come, nel caso in esame, il rapporto tra strumenti ICT e comunicazione politica abbia in verità prodotto una tendenza generalizzata a diffondere linee concettuali di massima, dando meno risalto a specifiche scelte operative.

A farne le spese sono soprattutto gli elementi di contesto, la cui scarsa ricorrenza sembra suggerire – a un osservatore che indossi lenti geografiche – la progressiva de-spazializzazione della politica ai tempi dei *social*, un processo visibile non soltanto per la scelta dei mezzi adottati (Internet è la piazza virtuale), ma anche per il contenuto dei messaggi, nei quali i riferimenti spaziali compaiono raramente. Inoltre, la già di per sé scarsa propensione «localizzativa» si è esaurita quasi esclusivamente nei riferimenti a elementi geografici situati all'interno dei confini regionali: l'assenza di rinvii a realtà esterne è sintomatica del rifiuto di una più ampia visione territoriale di tipo sistemico, volta a promuovere obiettivi socio-territoriali multi-scalari. Tale prospettiva riproduce un'immagine della Regione forse rassicurante per l'e-

lettorato, ma superata dagli intervenienti processi globali: essa limita la costruzione di territorialità complesse entro le quali il governo dell'immigrazione (costitutivamente di natura transregionale) possa risolversi in modo compiuto.

L'interesse condiviso da tutte le parti politiche è rivolto a delineare un immaginario ideologico, facilmente riconoscibile, che funga da orizzonte entro cui possano iscriversi le linee politiche di ciascun candidato. Seppure con qualche eccezione – riscontrabile soprattutto nei post di Violi – obiettivo condiviso risulta pertanto quello di tratteggiare un paesaggio concettualmente coeso, in linea con l'orientamento della parte politica rappresentata. Ai concetti densi, di interpretazione non immediata, necessitanti di argomentazioni complesse, che possono scatenare accesi dibattiti di non facile controllo, è dedicata scarsa attenzione, la qual cosa sembra suggerire che, ai tempi delle elezioni, gli attori politici sembrano anestetizzare la carica dissacratoria dei *social media*, evitando tematiche complesse o scomode.

Quanto emerso è tanto più vero relativamente al discorso intorno alla migrazione: collocata ai margini del dibattito politico, essa ricorre un po' più frequentemente nel *corpus* testuale di Fontana, che spesso tende ad accentuarne gli aspetti allarmistici, proponendone una visione strumentale alla promozione di misure di tipo securitario e a ribadire il ruolo sociale della sua compagine politica come baluardo della (o di una certa) identità nazionale.

Pochissimo spazio occupano invece nei *posts* dei tre candidati i temi riguardanti l'implementazione di modelli e strategie per l'accoglienza dei migranti: ciò vale anche per i due candidati Gori e Violi, i quali, seppur sinteticamente, avevano affrontato la questione nei rispettivi programmi elettorali. Infatti, anche sulle loro pagine Facebook non sembrano presenti idee costruttive per il futuro in tema di immigrazione, ma, piuttosto, messaggi divisivi e polemici nei confronti degli avversari politici. Come dire: ben più spazio lasciato alla fase *destruens* che non a quella *construens*.

Trascurando il tema scottante e impegnativo dell'attivazione di *policies* dell'immigrazione a scala locale, i candidati rifuggono pertanto dal disegnare geografie locali dell'accoglienza e dell'integrazione, e soprattutto dal comunicare modelli territoriali specifici. Semmai, le pagine Facebook ospitano messaggi genericamente allarmistici, che contribuiscono ad alimentare quei processi di categorizzazione e di etichettamento da cui scaturiscono stereotipi e discriminazioni nei confronti dell'altro, legittimando la distinzione tra «loro» e



noi» (Musarò e Parmiggiani, 2014). La causa di tale atteggiamento può essere fatta risalire solo parzialmente alla mancanza di un progetto politico serio; forse, piuttosto, è da ricondurre a un atteggiamento di diffidenza nei confronti delle innovazioni ICT nell'ambito della comunicazione politica.

Da questa analisi parrebbe conseguire che l'avvenuta «traslazione orizzontale» di messaggi e contenuti – anziché favorire la creazione di luoghi di dibattito aperto e pluralistico, in grado di avviare processi di partecipazione e condivisione su temi di interesse collettivo – venga sfruttata maggiormente dall'élite politica quando questa intende misurarsi con questioni largamente «metabolizzate» dall'ampia parte dell'elettorato. Si è visto infatti come il discorso sull'immigrazione, ora strumentalizzato ora marginalizzato, sia stato trattato dai tre candidati in modo parziale e poco coraggioso, lasciando intravedere una generale incapacità di padroneggiare schemi cognitivi e progettuali rispetto ai grandi temi di ordine globale, e ricorrendo invece a semplificazioni e banalizzazioni che – giocate tra vecchi e nuovi miti tanto ideologici quanto mediatici – rischiano di ridurre il cittadino a mero strumento solo illusoriamente interattivo nell'attività febbrile della «fabbrica del consenso» (Chomsky e Herman, 2014).

Riferimenti bibliografici

- Adams Paul C. (2017), *Geographies of Media and Communication I: Metaphysics of Encounter*, in «Progress of Human Geography», 3, pp. 365-374.
- AGCOM (2016), *Il consumo di informazione e la comunicazione politica in campagna elettorale* (www.agcom.it).
- AGCOM (2018), *Rapporto sul consumo di informazione* (www.agcom.it).
- Agnew John (1994), *The Territorial Trap: The Geographical Assumptions of International Relations Theory*, in «Review of International Political Economy», 1, pp. 53-80.
- Agnew John (2016), *Is there a Post-Place Politics?*, in «Cybergeo: European Journal of Geography» (<http://journals.openedition.org/cybergeo/27544>) (ultimo accesso, 7.7.2019).
- Andreatta Massimiliano e Roberta Bracciale (a cura di) (2017), *Social Media Campaigning. Le elezioni regionali in Toscana 2015*, Pisa, Pisa University Press.
- Antonsich Marco e Phil I. Jones (2010), *Mapping the Swiss Referendum on the Minaret Ban*, in «Political Geography», 2, pp. 50-68.
- Bailey Kenneth D. (1985), *Metodi della ricerca sociale*, Bologna, Il Mulino.
- Banini Tiziana (a cura di) (2017), *Geografia e Digital Technologies*, in «Semestrale di Studi e Ricerche di Geografia», 1.
- Bentivegna Sara (2015), *A colpi di Tweet. La politica in prima persona*, Bologna, Il Mulino.
- Bettoni Giuseppe e Isabella Tamponi (2012), *Geopolitica e comunicazione*, Milano, Angeli.
- Blumler Jay G. (2016), *The Fourth Age of Political Communication*, in «Politiques de Communication», 6, pp. 19-30.
- Boas Ingrid (2017), *Environmental Change and Human Mobility in the Digital Age*, in «Geoforum», 85, pp. 153-156.
- Boccagni Paolo (2007), *Come si «misura» il transnazionalismo degli immigrati? Dalle teorie alla traduzione empirica: una rassegna metodologica*, in «Mondi migranti», 2, pp. 109-128.
- Boswell Christina (2007), *Migration Control in Europe after 9/11: Explaining the Absence of Securization*, in «Journal of Common Market Studies», 4, pp. 549-566.
- Brenner Neil (2001), *New State Spaces. Urban Governance and the Rescaling of Statehood*, Oxford, Oxford University Press.
- Caciagli Mario (2011), *Subculture politiche territoriali o geografia elettorale?*, in «Società Mutamento Politica», 2, 3, 2011, pp. 95-104.
- Castells Manuel (1999), *Flows, Networks, Identities: A Critical Theory of the Information Society*, in Manuel Castells, Ramón Flecha, Paulo Freiré, Henry A. Giroux, Donaldo Macedo e Paul Willis (a cura di), *Critical Education in the New Information Age*, Lanham, Rowman & Littlefield.
- Castells Manuel (2002), *Galassia Internet*, Milano, Feltrinelli.
- CENSIS (2018), *15° Rapporto Censis sulla comunicazione. I media digitali e la fine dello star system*, Milano, Angeli.
- CENSIS-UCSI (2016), *13° Rapporto CENSIS-UCSI sulla comunicazione. I media tra élite e popolo sintesi per la stampa*, Roma, Censis.
- Cerreti Claudio, Isabelle Dumont I. e Massimiliano Tabusi (a cura di) (2012), *Geografia sociale e democrazia. La sfida della comunicazione*, Roma, Aracne.
- Chadwick Andrew (2017), *The Hybrid Media System: Politics and Power*, Oxford, Oxford University Press.
- Chomsky Noam e Edward S. Herman (2014), *La fabbrica del consenso. La politica e i mass media*, Milano, Il Saggiatore.
- Corna Pellegrini Giacomo e Maria Paradiso (a cura di) (2009), *Nuove comunicazioni globali e nuove geografie*, Milano, CUEM.
- Dal Lago Alessandro (2017), *Populismo digitale. La crisi, la rete e la nuova destra*, Milano, Raffaello Cortina.
- Dekker Rianne e Godfried Engbersen (2013), *How Social Media transform Migrant Networks and facilitate Migration*, in «Global Networks», 4, pp. 401-418.
- Foucher Michel (2016), *Le retour des frontières*, Parigi, CNRS Editions.
- Giansante Gianluca (2014), *La comunicazione politica on line*, Roma, Carocci.
- Giblin Béatrice (a cura di) (2014), *L'extreme droite en Europe*, Parigi, La Découverte-Poche.
- Giraut Frédéric (2013), *Territoire multisitué, complexité territoriale et postmodernité territoriale : des concepts opératoires pour rendre compte des territorialités contemporaines ?*, in «L'Espace géographique», 4, pp. 293-305.
- Glassner Martin Ira (1993), *Manuale di Geografia politica. I, Geografia e geopolitica dello Stato*, Milano, Angeli.
- Grandi Roberto e Cristian Vaccari (2013), *Come si vincono le elezioni. Elementi di comunicazione politica*, Roma, Carocci.
- Grasso Gaetano e Francesco Marrazzo (2017), *Political digital strategy: come fare campagna elettorale online*, Palermo, Flacovio.
- Hérin Robert (2012), *Nouvelles technologies de l'information et de la communication. Contribution à une perspective de géographie sociale*, in Cerreti, Dumont e Tabusi (2012), pp. 25-42.
- Krasna Francesca (2015), *Geografia delle reti. Internet e Digital Divide* (https://moodle2.units.it/pluginfile.php/19127/mod_resource/content/1/DDMT.pdf).
- Mancinelli Alberto (2008), *La comunicazione sostenibile. Valori, reputazione e governo nelle democrazie complesse*, Milano, Angeli.
- Maraffi Marco (a cura di) (2007), *Gli italiani e la politica*, Bologna, Il Mulino.
- Mattisek Annika e Paul Reuber (2016), *Demographic-Economic Potential or Cultural Threat? An Analysis of German Print-*



media Discourses on Refugees, in «Berichte Geographie und Landeskunde», 3, pp. 181-200.

Mazzoleni Gianpietro (2004), *La comunicazione politica*, Bologna, Il Mulino.

Minca Claudio e Luiza Bialasiewicz (2004), *Spazio e politica. Riflessioni di geografia critica*, Padova, CEDAM.

Morawski Paolo (2002), *Internet. Una nuova geografia*, in *Dalla società industriale alla società in rete. Atti del Convegno*, Roma, Alisei.

Musarò Pierluigi e Paola Parmiggiani (a cura di) (2014), *Media e migrazioni. Etica, estetica e politica del discorso umanitario*, Milano, Angeli.

Niessen Jan e Thomas Huddleston (2010), *Manuale sull'integrazione per i responsabili delle politiche di integrazione e gli operatori del settore*, Lussemburgo, MPG-UE.

Paradiso Maria (2017), *Abitare la Terra al tempo di Internet. Luoghi, comunicazione, vita umana*. Milano, Mimesis.

Peutz Nathalie (2006), *Embarking on an Anthropology of Removal*, in «Current Anthropology», 2, pp. 217-241.

Pira Francesco e Luca Gaudiano (2007), *La nuova comunicazione politica*, Milano, Angeli.

Rodriguez Mario (2013), *Consenso. La comunicazione politica tra strumenti e significati*, Milano, Guerini e Associati.

Ronchetti Laura (2013), *I diritti di cittadinanza degli immigrati e il ruolo delle Regioni* in «Italian Papers on Federalism», 1_1 (www.italianpapersonfederalism.issirfa.cnr.it).

Samer Michael e Michal Collyer (2017), *Migration*, Oxon-New York, Routledge.

Scaglioni Michael e Michal Collyer (2017), *Migration*, Oxon-New York, Routledge.

Scaglioni Massimo e Anna Sfardini (2008), *MultiTV: l'esperienza televisiva nell'età della convergenza*, Roma, Carocci.

Scaramella Carla (a cura di) (2016), *Discorsi d'odio e Social Media. Criticità, strategie e pratiche d'intervento*, Roma, Arci-Cittalia.

Sorice Michele (2014), *I media e la democrazia*, Roma, Carocci.

Strömbäck Jesper e Spiro Kiouis (2014), *Strategic Political Communication in Election Campaigns*, in Carsten Reinemann (a cura di), *Political Communication*, Berlino, De Gruyter, pp. 109-128.

Vaccari Cristian (2008), *Più informazione che partecipazione: i siti Internet dei partiti nella campagna elettorale 2008*, in «Comunicazione Politica», 2, pp. 183-198.

Van Eck Nees Jan e Ludo Waltman (2010), *Software Survey: VOSviewer, a Computer Program for Bibliometric Mapping*, in «Scientometrics», 2, pp. 523-538.

Viganò Dario e Claudio Gambino (2017), *Metamorfosi comunicative e linguaggi disuguali nella narrazione delle migrazioni*, in Monica De Filipo, Gino De Vecchis e Sandra Leonardi (a cura di), *Geografie disuguali*, Roma, Carocci.

Villa Marina (a cura di) (2019), *Migrazioni e comunicazione politica. Le elezioni regionali 2018 tra vecchi e nuovi media*, Milano, Angeli.

Williams Paul D. (2008), *Security Studies: An Introduction*, Londra-New York, Routledge.

Sitografia

<http://dait.interno.gov.it/>, consultato il 23/04/2018.

<https://www.elezioni2018.regione.lombardia.it/voti-presidente/>, consultato il 15/04/2018.

<https://www.facebook.com/fontanapresidente/>, consultato in diverse occasioni a partire dal 10/01/2018.

<https://it-it.facebook.com/giorgiogori9/>, consultato in diverse occasioni a partire dal 10/01/2018.

<https://it-it.facebook.com/violidariom5s/>, consultato in diverse occasioni a partire dal 10/01/2018.

<https://www.fontanapresidente.it/consultato> il 15/04/2018.

<https://www.giorgiogori2018.it/>, consultato il 15/04/2018.

<http://www.violidario.it/>, consultato il 15/04/2018.

Note

¹ Per una rapida disamina dei quattro modelli di comunicazione politica si veda Andreatta e Bracciale (2017); in particolare, sulla «quarta età» della comunicazione politica, Blumler (2016).

² Si vedano a tal proposito i numerosi studi sulla mobilità elettorale, tra cui quelli in Maraffi (2007).

³ Nel 2016 il 73,7% della popolazione italiana ha regolare accesso a Internet, contro il 45,3% fatto registrare nel 2007 (Censis, 2018).

⁴ Il *Rapporto Censis* sulla comunicazione mostra che due italiani su tre hanno un contatto abituale, praticamente quotidiano, con le tecnologie *digitali*; una quota crescente è composta da coloro che si accostano abitualmente a tutti i *media* (il 23,3% del totale nel 2006 e il 35,2% nel 2016). La restante parte del campione è composta soprattutto da coloro i quali entrano in contatto solo con i mezzi audiovisivi; in sensibile aumento è il dato riferito a quanti usano Internet ma non i mezzi a stampa (Censis, 2018). In sintesi, si può affermare che anche se in Italia la televisione mantiene tuttora rispetto agli altri mezzi di informazione il proprio ruolo di prima e indiscussa forza comunicativa, Internet si colloca al secondo posto (avendo superato i quotidiani) nel *ranking* dei *media* utilizzati dal pubblico per documentarsi sia su questioni di attualità generale sia sulle scelte politico-elettorali in particolare. Va peraltro precisato che – per quanto concerne queste ultime – il fenomeno di ibridazione del consumo informativo si presenta nel complesso meno diffuso (si veda l'indagine condotta in proposito da AGCOM, 2018).

⁵ Per quanto riguarda i rapporti tra i *social media* e l'orientamento elettorale di una collettività, si veda ad esempio Dal Lago (2017), che ha analizzato il legame tra i *social* e l'ascesa dei populismi.

⁶ A tal proposito si veda Giblin (2014) o, per il caso italiano, Villa (2019); quest'ultima propone uno studio interdisciplinare sulla comunicazione politica relativamente al tema dell'immigrazione comparsa nei *media* tradizionali e nei nuovi *media* durante le campagne regionali del 2018 in Lazio e Lombardia. L'attenzione nei confronti della questione è inoltre evidenziata dalla pubblicazione da parte dell'UE della terza edizione del *Manuale sull'integrazione per i responsabili delle politiche di integrazione e gli operatori del settore*, il quale si occupa specificamente del ruolo dei *mass media* nel promuovere l'integrazione dei migranti nei Paesi di arrivo (Niessen e Huddleston, 2010).

⁷ Durante la campagna regionale la questione migratoria risulta essere percentualmente marginale e compare soltanto in 385 *posts* su 3.444 totali (11,2%): nello specifico appare maggiormente frequentata nelle pagine dei partiti Fratelli d'Italia, con il 46,7%, Lega Nord (39,8%) e Sinistra per la Lombardia (16,9%). Nelle ultime posizioni di questa particolare classifica si collocano, invece, le pagine del PD (0,8%), della lista civica Obiettivo Lombardia (1,5%) e quelle a sostegno del candidato del M5S (0,9%) (Villa, 2019).

⁸ Le pagine Facebook consultate sono state le seguenti: <https://it-it.facebook.com/fontanapresidente/>, <https://it-it.facebook.com/giorgiogori9/> e <https://it-it.facebook.com/violidariom5s/>.

⁹ La «corsa al Pirellone» ha coinciso con l'apertura di una seconda pagina Facebook, intitolata *Gori100tappe* e dedicata al



tour che il candidato ha compiuto attraverso la Lombardia, che non verrà qui analizzata.

¹⁰ Sono stati esclusi dalla trattazione: *a*) termini come «campagna elettorale», «candidato», «elezione», «exit-poll», «lista», «manifesto», «Lombardia», «lombardo/i», «Regione Lombardia» e il nome del candidato stesso; *b*) i tecnicismi informatici (commenti, condivisioni, *hashtag*, *http*, *like*...); *c*) i termini giornalistici (conferenza stampa, diretta, intervista, notizie, ultim'ora...); *d*) i riferimenti ad altre testate di comunicazione cartacee o multimediali; *e*) i termini indicanti parti del corpo; *f*) i riferimenti temporali; *g*) parti del discorso, quali: articoli, avverbi, congiunzioni, interiezioni, preposizioni, pronomi, verbi. Gli aggettivi, di norma eliminati, sono stati invece compresi qualora servissero a definire uno stato giuridico (es. immigrato irregolare, regione autonoma...); *h*) termini generici (tema, idea, materia, cosa, questione, via, parole, punti, programma, incontro, pagina, inizio, fine...).

¹¹ Il materiale è stato tradotto in inglese e reso quindi «leggibile» dal *software*.

¹² Il nucleo «autonomia» (47) assume, a sua volta, grande importanza nel *marketing* di Fontana, irradiando una galassia di riferimenti fortemente identitari, tra cui «Salvini» (7), «Lega», «cittadino», «Italia», «Roma» (5). La spinta autonomista è quindi da considerarsi una prerogativa della campagna elettorale del centro-destra (con correlazioni al concetto di «cittadinanza») mentre, per converso, occupa una posizione periferica nei discorsi dei candidati del Pd (4) e del M5S (3), in cui appare privata di rimandi significativi ad altri nuclei concettuali.

¹³ Dal 31 gennaio 2018 tutti i programmi elettorali sono depositati al Ministero dell'Interno e visionabili alla pagina indicata. La citazione è riportata in modo identico nei programmi di Forza Italia, Lega, Fratelli d'Italia, Noi con l'Italia-UDC.

¹⁴ Al tema della migrazione Fontana, Gori e Violi dedicano indistintamente alcune poche decine di righe all'interno di rapporti rispettivamente di 105, 40 e 62 pagine.

¹⁵ Si fa qui riferimento alla l.r. 2 del 3 febbraio 2015, poi abrogata dall'art. 2, comma 1, let. B), numero 69), della l.r. 5 del 25 gennaio 2018.