

Il lavoro si propone di indagare il ruolo della comunicazione e in particolare delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nel favorire i processi di integrazione nonché maggiori livelli di autonomia degli immigrati, con particolare riferimento al sistema di accoglienza italiano e allo scenario socio-politico nazionale, assunti come quadro di riferimento.

Il carattere bidirezionale del processo di integrazione richiede che vengano mobilitate risorse sia da parte dell'immigrato sia da parte della società di accoglienza, coinvolgendo gli attori implicati in diversi ambiti, interdipendenti tra di loro: sociale, politico, economico, culturale, comunicativo.

Tuttavia la visione emergenziale e l'enfasi posta sulla dimensione del controllo genera un processo di attrazione del fenomeno migratorio all'interno di un'unica sfera, relativa alla sicurezza, instaurando un *frame* teorico-politico che inquadra l'immigrato come una minaccia per l'ordine pubblico, l'identità o i vantaggi economici e lavorativi ottenuti, sovrapponendo i temi delle migrazioni a quelli della criminalità.

Di conseguenza il *framing* della sicurezza finisce per condizionare sia l'opinione pubblica sia le politiche: da un lato la rappresentazione mediatica prevalente passa attraverso l'affermazione del ruolo dei media come "imprenditori morali" e la loro adesione ai criteri fondamentali del *newsmaking*, restituendo una descrizione stereotipata e indifferenziata di un fenomeno molto più articolato che, alimentando tensioni e diffidenze, compromette le possibilità di inclusione; dall'altro lato l'immigrazione si configura come un problema politico-elettorale rispetto al quale le questioni ideologiche tendono a prevalere nel dibattito pubblico, giustificando il ricorso a misure urgenti ed emergenziali e distogliendo le risorse necessarie a stabilire un clima organizzativo funzionale all'elaborazione di politiche pubbliche in materia di insediamento e cittadinanza.

Nel contesto italiano si rintraccia la presenza di un modello di giornalismo, definito Watch Dog, nel quale si scontrano interessi conflittuali dando vita ad una continua azione di controllo e di stimolo dei giornalisti sugli esponenti politici realizzando, cioè, il confronto e la competizione per la definizione dell'agenda tra il sistema politico e quello dei mass-media, ovvero due sistemi dotati di ampia autonomia e capacità di contrattazione.

La natura emergenziale e la politicizzazione vengono rintracciate anche negli interventi di accoglienza e inclusione sociale con i quali viene gestito il fenomeno migratorio.

In seguito all'ingresso della componente immigrata nella domanda di *welfare* le forme di intervento promosse dal Settore pubblico hanno cominciato gradualmente a manifestare la propria inadeguatezza, alla luce della differenziazione della domanda di *welfare*, dovuta all'incremento del numero e del tipo di bisogni espressi e della necessità di contenere la spesa pubblica. A tal fine il "Sistema integrato di interventi e servizi sociali" ha permesso la realizzazione di politiche intersettoriali, affidando agli Enti locali la promozione delle politiche di inserimento sociale degli immigrati a livello locale, anche attraverso il coinvolgimento attivo del Terzo Settore, attraverso *partnership* tra soggetti pubblici, privati e non-profit in grado di consentire un'azione reticolare ed un maggior radicamento territoriale. Tuttavia tale Sistema fa sì che le politiche di integrazione vengano condizionate dalle caratteristiche territoriali locali, come le risorse, l'appartenenza politica degli amministratori, l'efficienza, le competenze, le modalità di rappresentazione e definizione dei problemi, l'organizzazione e lo stile amministrativo.

A tal proposito le esperienze condotte dall'Associazione dei Comuni Bresciani o dal Comune di Torino rappresentano significativi esempi di come il rapporto virtuoso tra Enti locali e realtà sociali possa costituire un concreto supporto all'iniziativa e alla sostenibilità, sociale ed economica di modelli di gestione territoriale inclusivi, elaborati all'interno di reti *multistakeholder*.

Inoltre la disomogenea distribuzione e composizione del Terzo Settore contribuisce ad incrementare la differenziazione territoriale sommando alla concorrenza per l'accesso ai servizi, tra autoctoni e stranieri, anche quella tra i diversi soggetti coinvolti (pubblici, privati, privato sociale), al fine di

reperire fondi alternativi a quelli provenienti da Settore pubblico, andati incontro a progressive riduzioni. Tale condizione comporta la necessità, per le organizzazioni impegnate nel settore, di dotarsi di appositi uffici dedicati alla ricerca di fondi anche attraverso la partecipazione a bandi, incrementando gli impegni nel settore comunicativo al fine di sviluppare attività di *fundraising*, consentire agli utenti l'accesso ai propri servizi, rendersi visibili e riconoscibili o ampliare le partnership, anche con gli Enti Locali, soggetti in grado di mantenere il ruolo di mediatore tra i diversi attori.

Alla frammentazione della domanda corrisponde la moltiplicazione di attori, che svolgono una funzione di filtro rispetto agli input ricevuti, fornendo una moltitudine di risposte, contribuendo a differenziare ulteriormente la domanda di welfare e ad incrementare la competizione tra soggetti e misure adottate. Si genera, cioè, un bisogno continuo di informazioni settoriali ed organizzate, sia per gli utenti sia per le organizzazioni che forniscono i servizi.

La domanda di informazione risulta accresciuta anche dalla consapevolezza dei diritti degli utenti ed è dunque connessa al diritto di essere informati. In particolare gli stranieri vedono la propria condizione giuridica "frammentata", in considerazione delle diverse politiche regionali e locali, spesso divergenti tra loro. A ciò si aggiungono il "localismo dei diritti" e dunque i diversi livelli di integrazione regionali, le diverse tipologie di strutture di accoglienza, le forme di detenzione cui sono sottoposti i migranti, la stratificazione derivante dalle procedure di etichettamento svolte nei Centri di accoglienza che fanno sì che l'esperienza della migrazione venga definita dall'apparato amministrativo, mantenendo i migranti in una condizione di non riconoscimento pubblico, rafforzando il ruolo delle organizzazioni che svolgono, in tal modo, un ruolo di rappresentanza indiretta.

Tale frammentazione accresce ulteriormente la domanda di informazioni, strettamente connessa al diritto di essere informati.

Pertanto nella complessità e nella frammentazione del contesto, con particolare riferimento al sistema dei media, alla consapevolezza dei diritti e alla differenziazione sociale, si possono rintracciare le radici della comunicazione pubblica, che in simili circostanze ricevono nuovi impulsi. Essa si configura come un canale per favorire la capacità di ascolto e dialogo dell'Attore pubblico e individuare i bisogni ai quali rispondere.

In particolare è la Comunicazione Sociale a far emergere nuovi problemi sociali, diritti, bisogni, e a fornire un sistema di valori sul quale orientare i propri comportamenti, promuovendo una relazionalità diffusa, tra soggetti e territori, orientata all'inclusione, alla solidarietà, alla partecipazione e ad un più generale mutamento sociale e culturale.

La funzione svolta dalla comunicazione sociale assume un ruolo determinante all'interno della dimensione locale, nella quale i diritti si costituiscono come strumenti effettivi di tutela e di accesso ai servizi. La sensibilizzazione e la partecipazione si costituiscono cioè come strumenti in grado di sostenere l'inclusione sociale attraverso una diversa consapevolezza, circa le tematizzazioni e i "diritti aggiuntivi" che socializzano il migrante ai diritti e alle strutture sociali.

Il *marketing* sociale, in quanto strumento per raggiungere il pubblico di riferimento, si configura come uno strumento a supporto di una nuova narrazione dell'immigrazione, in grado di promuovere l'accettazione di un'idea e a influenzare i comportamenti di conseguenza.

Con riferimento alla dimensione locale, si individua l'importanza della comunicazione sociale, in particolare attraverso l'attività di sensibilizzazione che, con riferimento alla rete di attori coinvolti nel sistema di accoglienza, determina maggiori livelli di conoscenza, consapevolezza e coinvolgimento di tutti i soggetti interessati (tra i quali: i beneficiari, i cittadini, le associazioni e le Istituzioni) permettendo, dunque, la maggior efficacia della rete tessa, in quanto strumento di connessione sociale tra beneficiario e territorio, ma anche di mediazione tra politiche nazionali ed esperienze locali e di raccordo tra decisori pubblici, forze sociali e soggetti organizzati, grazie alla sua capacità di riassumere il rapporto tra *partnership* e partecipazione: l'una mette in pratica gli obiettivi dell'altra, conferendo più elevati livelli di legittimità e democratizzazione delle scelte.

In altre parole essa facilita l'integrazione degli immigrati e conferisce un contenuto concreto agli accordi formali.

In particolare nell'accoglienza diffusa e integrata, di cui la microaccoglienza e l'accoglienza domestica sostituiscono delle esperienze significative, è possibile individuare le potenzialità della rete, come strumento per l'attivazione e la promozione dell'immigrato, per l'acquisizione di capitale sociale, per l'orientamento, la formazione, l'*empowerment* e la gestione dell'accoglienza in un rapporto circolare che include beneficiari e cittadini, con un impatto sociale nettamente differente da quello dei Centri collettivi.

La rete e la comunicazione sociale in quanto strumenti per connettere realtà diverse, permettono una miglior conoscenza del target a cui riferire i servizi, il coordinamento degli attori e l'integrazione delle informazioni. In questo contesto le ICT costituiscono un'infrastruttura tecnologica di comunicazione che sostiene tale processo.

Esse supportano una maggior consapevolezza riguardo alla migrazione attraverso la condivisione delle esperienze oltre a nuovi canali di partecipazione che permettono a migranti e cittadini di costituirsi come parte attiva del processo di integrazione, facilitando e velocizzando percorsi spontanei di inserimento, estranei a quelli istituzionali, rimodellando anche il rapporto tra cittadini e Istituzioni. Il numero e la qualità dei servizi cui ha accesso il migrante sono tali da ridefinire la figura stessa del migrante sradicato, qualificandolo invece come "migrante connesso": esso si configura quindi come il centro di una moltitudine di servizi e relazioni che si integrano e si coordinano attorno al comune obiettivo costituito dalla predisposizione di misure rivolte all'inserimento e all'integrazione dello stesso, modellando le diverse strategie al variare dei contesti, degli obiettivi, dei soggetti da raggiungere e del tipo di informazioni da veicolare.

Il lavoro di indagine si è soffermato sull'analisi dell'operato di Refugees Welcome Italia, una Onlus, parte di un network internazionale nato in Germania che attualmente estende il proprio operato in 10 Paesi tra Europa e Canada, costituita con lo scopo di promuovere la diffusione dell'accoglienza domestica di richiedenti asilo e rifugiati. In particolare l'Associazione si propone di realizzare un nuovo modello di inclusione, complementare a quello esistente, portando quindi a compimento un percorso di accoglienza già iniziato, considerando i rifugiati come capitale sociale, da valorizzare attraverso l'attivazione di legami di comunità.

I principali strumenti dei quali si è servita l'indagine sono rappresentati dalla griglia di intervista realizzata alla Cofondatrice e membro del Consiglio Direttivo di RWI e dalla griglia per l'analisi qualitativa del sito web dell'Associazione. Nello specifico, l'attività di ricerca si è soffermata sullo studio delle modalità organizzative e gli aspetti comunicativi, in rapporto al contesto sociale in cui essa opera.

La particolarità introdotta dall'Associazione risiede non tanto nella modalità di accoglienza proposta, ovvero quella domestica, già diffusa in Italia da anni, quanto piuttosto nel ricorso ad una piattaforma web attraverso la quale consentire, da un lato, ai privati cittadini di fornire la propria disponibilità ad accogliere un rifugiato, ospitandolo, mentre dall'altro, ai rifugiati di avanzare la propria richiesta ad essere ospitati. Il sito web si configura cioè come un canale diretto per l'incontro tra privati cittadini e rifugiati in grado di rinnovare la stessa modalità di accoglienza e favorire, così, la realizzazione di percorsi spontanei di inserimento, attraverso il coinvolgimento attivo e l'impegno civico.

Tale procedura permette di consolidare un cambio di prospettiva che affida ai cittadini la possibilità di offrire, direttamente, una risposta alla questione migratoria e all'Associazione di intercettare un bisogno inespresso della cittadinanza attraverso, però, la fornitura di un servizio specificamente pensato per i rifugiati.

Le principali motivazioni che hanno determinato la nascita dell'Associazione vanno ricercate nel disaccordo dei fondatori rispetto al modo in cui l'accoglienza viene gestita relegando, cioè, la comunità a spettatrice passiva delle politiche di inclusione e i rifugiati in un vuoto relazionale sul quale influisce la marginalità della loro condizione e la standardizzazione dei percorsi di

inserimento che, con riferimento ai Centri collettivi, non valutano adeguatamente la dimensione relazionale e l'impatto sociale prodotto. Inoltre anche il modo in cui il tema delle migrazioni viene "raccontato" ha catalizzato il dissenso dei fondatori.

In questo contesto, quindi, è nata l'intenzione di promuovere l'accoglienza domestica, in quanto strumento in grado di favorire la partecipazione della collettività e l'accrescimento personale, che consente anche di inserire il rifugiato all'interno di una rete di prossimità entro cui può assumere un'identità sociale più complessa, veicolare la propria esperienza e avvantaggiarsi delle reti della famiglia ospitante. Grazie alla rete di contatti esso può infatti essere facilitato nell'apprendimento della lingua, nella ricerca di un'occupazione o di una diversa soluzione abitativa, nell'orientamento oltre che nel sostentamento quotidiano. In questo senso l'accoglienza domestica, attraverso la rete di contatti di cui si avvale, costituisce un acceleratore dei processi di inclusione.

L'operato della Onlus trae un concreto incentivo dall'incompiutezza dei percorsi di integrazione sviluppati dal Settore pubblico che risentono della programmazione di carattere emergenziale affermatasi, dunque di breve periodo, favorendo pertanto iniziativa del Terzo Settore attraverso lo sviluppo di esperienze dal basso, innovative e alternative a quelle affermate a livello nazionale. Da esso dipende infatti la formazione di gran parte della rete che comprende, oltre alle famiglie e ai loro ospiti, anche le associazioni e gli enti gestori che hanno stretto accordi con la Onlus, che hanno i rifugiati in carico e che provvederanno a presentarli a RWI. Ad essi si aggiungono le Prefetture, alcuni Enti locali e i referenti territoriali attivi nei diversi gruppi territoriali, attraverso cui RWI opera, che intrattengono i rapporti tra le famiglie, i rifugiati e le associazioni.

A questo proposito si è osservato come l'attività comunicativa di RWI si rivolga a diverse tipologie di pubblico attraverso canali e messaggi diversi e, da questo punto di vista, una delle principali attività svolte consiste proprio nel "creare rete" con le diverse realtà attive nel settore, attraverso le quali operare sul territorio su base nazionale. Nello specifico, sono stati individuati due piani comunicativi, estesi in archi temporali differenti, attraverso i quali l'Associazione articola le proprie operazioni.

Il primo è rivolto ad informare, sensibilizzare, coordinare le diverse realtà coinvolte e ad estendere la propria rete, attraverso una "chiamata alla popolazione ad accogliere" e ad agire in prima persona, ricorrendo anche a servizi televisivi, giornalistici e radiofonici su scala nazionale, o conferenze, convegni ed eventi di prossimità per comunicare la propria iniziativa. L'attività di sensibilizzazione passa anche attraverso il coinvolgimento attivo dei soggetti impegnati nelle convivenze dai quali dipende in gran parte la narrazione della loro esperienza e l'impulso alla realizzazione di una nuova cultura dell'accoglienza, cui RWI aspira, svincolata dall'allarmismo e dalla paura sociale dell'immigrazione.

La narrazione rappresenta uno strumento per comunicare, in prima persona, l'impatto sociale dell'iniziativa ma anche per raggiungere il pubblico e influenzarne i comportamenti, coinvolgendolo nella causa. In quest'ottica la narrazione può configurarsi quindi come uno strumento di marketing, attraverso il quale si determina la sovrapposizione tra comunicazione sociale e comunicazione di servizio.

Il secondo piano comunicativo realizza invece, nel lungo periodo, una forma di pressione sulle Istituzioni attraverso la dimostrazione dell'efficienza dell'accoglienza domestica nel favorire il raggiungimento di un maggior livello di autonomia, soprattutto se confrontato all'incompiutezza dei percorsi istituzionali.

I legami di comunità attivati e dunque le reti generate dall'attività dell'associazione, insieme alla comunicazione sociale, si configurano come strumenti in grado di connettere realtà diverse. Questo rapporto è reso possibile anche grazie al ricorso alle ICT che rappresentano l'infrastruttura tecnologica che veicola i messaggi e diffonde l'idea dell'accoglienza domestica e dei relativi valori di solidarietà sociale. Esse si configurano come un facilitatore dei processi di inclusione e di innovazione sociale in quanto, aprendo nuovi canali di partecipazione, permettono a migranti e cittadini di costituirsi come parte attiva del processo di integrazione. Attraverso questo processo le ICT non solo rimodellano il rapporto tra cittadini e Istituzioni ma consentono anche di raggiungere

il pubblico di riferimento, coordinare gli attori e integrare le informazioni, creando un “unico gruppo di lavoro e di pensiero”, aggregando i bisogni e permettendo all'accoglienza di divenire parte costitutiva del processo di integrazione.

Esse consentono anche di aggirare i limiti cui l'accoglienza domestica è sottoposta: il fatto che non sia riconosciuta tra le *policies* ufficiali, comporta difficoltà di sostenibilità finanziaria delle azioni condotte, alle quali l'Associazione può far fronte attraverso campagne di *crowdfunding* o attraverso *partnership* con altre associazioni che abbiano i requisiti per accedere a bandi dai quali essa risulta esclusa in quanto non si configura come un ente gestore dell'accoglienza e per tale motivo non percepisce finanziamenti dal Ministero dell'Interno.

In conclusione si può osservare come il caso di studio costituisca un modello paradigmatico del più generale contesto italiano, nel quale coesistono resistenze organizzative e istanze di rinnovamento: nell'attività condotta dall'Associazione si possono infatti rintracciare il ruolo centrale del Terzo Settore e l'importanza della rete di attori nella gestione dell'accoglienza e il contrasto tra i modelli di accoglienza diffusa e integrata e quella invece propria dei Centri collettivi. La stessa forma di accoglienza proposta da RWI riassume in sé le dimensioni legate alla sfera personale e privata, restituendo un messaggio incompatibile con il *framing* prevalente a livello nazionale, incentrato sulle dimensioni dell'ordine pubblico, della sicurezza e dell'emergenza.

Infine si nota come la comunicazione, in particolare la comunicazione sociale, sia in grado di fornire un supporto concreto ai processi di inclusione sociale, attraverso l'attività di sensibilizzazione e dunque una maggior consapevolezza delle problematiche legate al fenomeno migratorio. Essa è anche in grado di favorire la partecipazione della collettività e attraverso la funzione generativa strutturare una rete di legami tra attori e territori che, all'occorrenza, sappia anche colmare le lacune lasciate dall'azione istituzionale.

In ultimo, limitatamente all'operato di Refugees Welcome Italia, lo studio ha rilevato come, dal punto di vista comunicativo, i bisogni di essere accolti e di accogliere siano posti sullo stesso piano e rispetto ad essi l'Associazione si pone come mediatore tra domanda e offerta, capitalizzando le opportunità offerte dalle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nel porsi come infrastruttura tecnologica che sostiene, coordina e semplifica il processo di inclusione, ancorando le attività ai contesti sociali di riferimento.