

“Nuovi media” e “nuovi italiani”

Il fenomeno dei media interculturali digitali tra possibilità di (auto)rappresentazione, limiti e trasformazioni

Marina Morani

Introduzione

La crescente diversità nella società italiana, come in molti paesi europei, ha contribuito al diffondersi di una percezione da parte di cittadini con background migratorio, attivisti culturali e studiosi di media e comunicazione di una inadeguatezza della sfera mainstream nel rappresentare la società contemporanea in modo inclusivo e plurale. A partire dagli anni Novanta, la nascita e il moltiplicarsi di iniziative medialiali alternative ai media nazionali rivolte a un pubblico appartenente a minoranze etniche o con background migratorio ha attirato un vasto interesse di ricerca accademico specialmente nel panorama europeo e nordamericano. Con l'espressione *ethnic (minority) media* (“media etnici”) sono stati ampiamente esaminati in diversi contesti prodotti medialiali rivolti a e/o realizzati da una specifica comunità “etnica minoritaria” residente in un certo territorio nazionale e prevalentemente prodotti nella lingua della comunità di origine (Matsaganis *et al.* 2011). Tuttavia, l'esistenza di “media *inter-culturali*”, ovvero prodotti da redazioni che coinvolgono collaboratori con diversa origine migratoria, è stata raramente presa in considerazione nel panorama di ricerca sia in Italia che altrove. Il panorama dei media interculturali in Italia rappresenta un caso di studio scarsamente esplorato e tuttavia significativo per esaminare la sperimentazione di modelli e contenuti di informazione basati su processi di produzione più inclusivi e pluralisti rispetto all'informazione mainstream. Grazie alle possibilità offerte dalle infrastrutture digitali e al sostegno di realtà associative così come di finanziamenti pubblici e privati, a partire dalla metà degli anni Duemila un numero crescente di piattaforme interculturali ha iniziato a popolare la sfera digitale italiana. Basato su un lavoro di ricerca di dottorato, questo articolo ha innanzitutto l'obiettivo di

introdurre il fenomeno dei media interculturali digitali in Italia attraverso una panoramica sintetica e allo stesso tempo longitudinale per quanto riguarda definizione, mappatura ed evoluzione di generi e formati. La seconda parte analizza la costruzione discorsiva dei *nuovi italiani* articolata nelle storie personali pubblicate dalle piattaforme. Infine, verranno proposte alcune riflessioni sulle potenzialità, i limiti e l'evoluzione dei media interculturali per quanto riguarda la costruzione di modelli di informazione alternativi e la elaborazione di *nuove* rappresentazioni della diversità.

Il panorama dei media interculturali digitali in Italia

Nel panorama italiano, un numero limitato di studi ha, nel corso degli anni, mostrato interesse verso i media delle “minoranze etniche” o rivolti a comunità con background migratorio. Lo studio di Maneri e Meli, in collaborazione con COSPE (Cooperazione per lo Sviluppo dei Paesi Emergenti)¹, rimane una delle ricerche più esaustive e sistematiche sui “media multiculturali” in Italia, definiti dagli autori come iniziative medial: «prodotte da, e rivolte prevalentemente a, cittadini alloctoni» (2007, p. 12). Lo studio traccia una mappatura dettagliata di iniziative televisive, radio e stampa tra il 1987 e il 2006, mentre la sfera digitale resta fuori dall'oggetto della ricerca. Inoltre, la distinzione tra redazioni “mono-culturali etniche” e “inter-culturali” non viene pienamente affrontata nello studio. Pubblicazioni successive includono riflessioni sul panorama digitale e sull'esistenza di redazioni “inter-culturali” (Maneri 2011, Meli 2011) che tuttavia necessiterebbero di un ulteriore approfondimento. Il presente studio intende restituire centralità e importanza alla sfera digitale come luogo di sperimentazione di formati, generi e discorsi con una vocazione inclusiva e plurale. Il posizionamento dei media interculturali come distinti dai “media etnici” (o “multiculturali”) rende possibile l'analisi di un fenomeno che nasce come prodotto di condizioni socioculturali specifiche del contesto italiano. La dispersione territoriale della popolazione “immigrata” in Italia, a differenza di altri paesi europei in cui residenti e cittadini appartenenti a minoranze etniche tendono a risiedere secondo la propria comunità di appartenenza, e l'assenza di una politica multiculturale centralizzata (Allievi 2010), può ave-

1. A partire dagli anni Duemila, l'associazione COSPE ha svolto un ruolo fondamentale nel monitorare e raccogliere dati sul panorama dei media “multiculturali” in Italia. Il portale «mmc 2000», rimasto attivo fino al 2013, mappava progetti medial rivolti a e/o prodotti da un pubblico con un background migratorio, da trasmissioni televisive a portali web.

re favorito un approccio di governance locale interculturale alla diversità. Inoltre, la campagna per la riforma della legge della cittadinanza ha rappresentato un obiettivo comune e condiviso da residenti e cittadini con diversi background migratori catalizzando energie, idee, finanziamenti verso la costruzione di progetti culturali comuni al di là delle differenze di origine dei cittadini o residenti coinvolti (Morani 2021).

L'espressione “media interculturali digitali” è un termine operativo scelto per sottolineare la diversità di origine e appartenenza dei redattori coinvolti nelle iniziative di produzione dei progetti come tratto distintivo rispetto ai “media multiculturali” o “etnici”. Le redazioni dei media interculturali in Italia coinvolgono residenti o cittadini con background migratorio o appartenenti a diverse comunità etniche “minoritarie” così come italiani di singola origine. Pubblicando contenuti in italiano in quanto lingua della comunità nazionale di appartenenza dei collaboratori così come del pubblico di riferimento, i media interculturali si rivolgono a un pubblico nazionale ampio e plurale al di là delle singole comunità di origine (Morani 2017, 2021).

La definizione operativa di media interculturali digitali si basa sui seguenti criteri utili a definire la “popolazione” di questa forma mediale:

- *piattaforma*: digitale/online;
- *redazione*: prevalentemente composta da residenti o cittadini con diverso background migratorio o appartenenti a “minoranze etniche”; tra i collaboratori anche italiani di singola origine;
- *lingua*: italiano;
- *pubblico*: comunità nazionale italiana nella sua diversità;
- *contenuti*: temi relativi a (im)migrazione, cittadinanza e diversità culturale;
- *obiettivi*: produrre e diffondere una informazione alternativa al racconto giornalistico mainstream su immigrazione e diversità; praticare processi inclusivi e partecipativi di produzione di contenuti.

La mappatura dei media interculturali digitali dal 2000 al 2020 identifica 34 piattaforme che soddisfano i criteri sopra citati (tabella 1); le prime iniziative risalgono ai primi anni Duemila, tuttavia, sono gli anni tra il 2008 e il 2013 che vedono nascere il maggiore numero di nuove piattaforme (grafico 1, Morani 2021). In quegli anni, infatti, il tema della riforma della cittadinanza era per la prima volta entrato nel dibattito pubblico e nell'agenda di governo. Di conseguenza, una maggiore attenzione ai temi di inclusione e diversità da parte dell'opinione pubblica come anche di istituzioni, as-

sociazioni e finanziatori pubblici e privati interessati alla promozione di progetti editoriali per “l’integrazione” e con una vocazione interculturale può avere facilitato la nascita e la diffusione dei media interculturali (*ibid.*).

Dalle web tv ai blog collettivi

I media interculturali digitali in Italia rappresentano un panorama vario ed eterogeneo per formati, modelli di finanziamento e interessi tematici. Questa diversità riflette la storia individuale delle piattaforme e della comunità di ideatori e collaboratori del progetto, così come i legami di affiliazione con organizzazioni proprietarie e l’evoluzione delle infrastrutture digitali. Tuttavia, le diverse piattaforme condividono motivazioni e obiettivi: produrre una informazione legata ai temi della (im)migrazione, cittadinanza e diversità attraverso la voce e il punto di vista di chi possiede un background migratorio. Tra il 2008 e il 2013 nascono le prime iniziative, sostenute da collaborazioni con realtà associative locali e modelli ibridi di finanziamento pubblico e privato. Con un interesse verso la produzione audiovisiva, questi primi progetti offrono opportunità di formazione e partecipazione alla produzione multimediale a giovani con una origine migratoria.

«Crossing TV», definita «la prima web tv italiana interculturale», nasce nel 2008 su iniziativa dell’associazione bolognese Crossing Generazioni Creative. Il progetto, finanziato principalmente dal Ministero della Solidarietà Sociale, coinvolgeva giovani di “seconda generazione” come produttori dei contenuti e si rivolgeva a un target di adolescenti. Ispirata ai format delle rubriche televisive, le puntate del palinsesto digitale avevano come protagonisti giovani di diverse origini ed esploravano temi come sport, amicizia e passioni individuali, cercando di sovvertire gli stereotipi legati alla rappresentazione del “giovane straniero” in Italia. Negli stessi anni viene lanciata «Lookout TV», sostenuta da fondazioni private e con una doppia redazione a Roma e a Milano. Con un interesse per la formazione giornalistica professionale, «Lookout TV» coinvolgeva e formava giornalisti con background migratorio con l’obiettivo di costruire, attraverso inchieste giornalistiche, una informazione nazionale e internazionale equilibrata e approfondita.

Le web tv interculturali hanno avuto in genere una vita relativamente breve, con una media di attività di quattro anni. Le difficoltà nell’assicurare finanziamenti sufficienti e continuativi per la produzione di contenuti audiovisivi ha limitato la durata delle attività. Senza fare della produzione multimediale il format principale, altri progetti hanno utilizzato formati

ibridi – e finanziariamente più sostenibili – tra il portale informativo, il blog di opinione e lo storytelling. Ad esempio, «Prospettive Altre» nasce nel 2012 come testata giornalistica dedicata a «fatti, approfondimenti e dibattiti sull’Italia plurale» promossa da COSPE e Associazione Nazionale Stampa Interculturale (ANSI) all’interno del progetto europeo “Media4Us”. Oltre ad avere una aspirazione giornalistica attraverso la pubblicazione di reportage su temi sociali legati al contesto migratorio, il progetto cercava di fare emergere la realtà quotidiana “inter-culturale” attraverso la prospettiva di chi possiede una origine migratoria.

«Italiani+» era un portale multifunzionale per i “nuovi italiani”, dalle “prime generazioni” in cerca di informazioni pratiche a giovani italiani con background migratorio o di singola origine interessati a un racconto della diversità plurale, inclusivo e positivo. Affiliato al gruppo editoriale Stranieri in Italia e finanziato da istituzioni pubbliche, il portale dedicava ampio spazio alla riforma della legge sulla cittadinanza attraverso sezioni di orientamento legale o notizie. Vi erano anche notizie internazionali e una sezione di storie individuali. «Migrador Museum» si definiva invece «il museo virtuale dell’immigrazione» ed era un portale interamente dedicato allo storytelling. Ospitava le storie di cittadini o residenti di origine migratoria basate su interviste condotte dai collaboratori del progetto, i quali condividevano con i protagonisti intervistati della storia un’esperienza migratoria (diretta o indiretta).

Il formato del blog collettivo, anche grazie ai costi bassi di produzione e la possibilità di gestire redazioni virtuali, è stato adottato da numerose iniziative nate intorno agli anni 2011-12. «Yalla Italia» è stato uno dei primi blog con una vocazione interculturale. Nato come inserto mensile al settimanale «Vita», venne poi riproposto in formato blog e curato da redattori di seconda generazione. «Yalla Italia» aveva un target giovane e un interesse per il mondo arabo che spesso rifletteva le origini dei redattori. I post affrontavano temi legati a esperienze identitarie scegliendo spesso un tono diretto, introspettivo e a volte anche (auto)ironico nel decostruire stereotipi e luoghi comuni sul tema della identità culturale e delle appartenenze multiple. «A.L.M.A. blog», acronimo di Alzo La Mano Adesso! nasce invece come un collettivo indipendente di scrittori e giornalisti di origine immigrata che avevano già collaborato alla colonna “Nuovi Italiani” della rivista «Internazionale». Il blog aveva una vocazione di attivismo letterario grazie a contributi liberi da un’agenda editoriale e sovrastrutture proprietarie. I contenuti esploravano diversi generi, dalla scrittura creativa alla poesia, dal commento a notizie di attualità al racconto personale autoriflessivo.

Ad oggi, agosto 2021, nessuna delle iniziative sopra introdotte e solo 9 delle 34 mappate dal 2000 al 2020 restano attive e regolarmente aggiornate (Morani 2021). Il rallentamento del settore dei media interculturali digitali a partire dal 2012 può essere attribuito a diversi fattori. In primo luogo, la precarietà delle risorse e le modalità di finanziamento hanno rappresentato la principale sfida dei media interculturali. Inoltre, la discontinua attenzione pubblica e politica per la questione della cittadinanza, negli ultimi anni offuscata da temi ritenuti più “emergenziali”, può avere determinato un calo di attenzione da parte dell’opinione pubblica e quindi anche di possibili finanziatori. Infine, l’evoluzione dei formati digitali e un interesse sempre maggiore verso canali social da parte di pubblico e attivisti culturali hanno aperto nuove strade ed opportunità di informazione e (auto)rappresentazione (*ibid.*). Tuttavia, come verrà approfondito nell’ultima sezione, l’esperienza dei media interculturali non è si è esaurita ma è in costante trasformazione, così come il contesto socioculturale e le infrastrutture medialie che ne hanno determinato la genesi.

Le storie dei “nuovi italiani”

Come molte iniziative di media alternativi, i media interculturali hanno come intento quello di elaborare rappresentazioni e linguaggi alternativi al sistema egemonico di rappresentazione della diversità in Italia. La ricerca di un linguaggio di (auto)rappresentazione che sottolinei appartenenza alla comunità nazionale da parte di residenti e cittadini con background migratorio è comune a molte iniziative. Le espressioni *nuovi italiani* e *nuovi cittadini* ricorrono nei contenuti delle piattaforme e si riflettono nella scelta dei nomi stessi di diverse iniziative, come «Nuovi cittadini TV», «La città nuova» e «Italiani+». L’utilizzo di queste espressioni denota l’esigenza di abbandonare termini con connotazioni alterizzanti e restituire appartenenza nazionale a residenti e cittadini di origine migratoria.

Tuttavia, come diversi studi osservano, l’espressione *nuovi italiani*, la quale nasce da un progetto sociopolitico di campagna per la riforma della cittadinanza (Morani 2017) rischia di proporre una visione rigida e nazione-centrica di identità, dove la diversità viene “inserita” all’interno di un vecchio paradigma (Berrocal 2010). A livello visivo, significanti nazionali come il tricolore sono spesso impiegati nelle homepage delle piattaforme interculturali. Enfasi sulla cittadinanza formale è evidente in quelle piattaforme che promuovono – se non altro nel periodo di attività – la riforma

della legge sulla cittadinanza come obiettivo comune condiviso da giovani residenti e cittadini di diverse origini.

L'analisi della rappresentazione dei “nuovi italiani” attraverso le storie pubblicate nelle piattaforme permette di riflettere sulle possibilità discorsive di linguaggio e narrazioni alternative alle rappresentazioni dominanti dell’“immigrazione” in Italia. Sezioni dedicate alle storie individuali dei “nuovi italiani” ricorrono nella maggior parte dei progetti esaminati, spesso in sezioni dedicate e con l'intento di restituire voce e potere di auto-rappresentazione a soggetti che sono solitamente “oggetti” nelle storie degli altri. Le storie dei “nuovi italiani” tendono a essere racconti biografici in prima o terza persona o interviste. Si tratta in gran parte di storie positive in cui si afferma il senso di appartenenza nazionale del protagonista attraverso il racconto della dimensione professionale e identitaria. Attraverso una analisi critica del discorso, qui presentata in maniera sintetica, sono state identificate tre principali costruzioni narrative-discorsive ricorrenti in un campione di venti storie, pubblicate nel 2014, periodo di comune attività, tra «Migrador Museum», «Italiani+», «Yalla Italia», «A.L.M.A. blog» e «Prospettive Altre».

“Nuovi italiani” di successo

Numerose storie hanno come protagonisti residenti o cittadini con background migratorio che hanno raggiunto importanti obiettivi professionali seguendo le proprie passioni con impegno, sacrifici e dedizione. I “nuovi italiani” sono in genere rappresentati come soggetti intraprendenti con una inclinazione verso carriere imprenditoriali e che fanno delle proprie origini un bagaglio di risorse utili e valorizzanti. La storia intitolata *Il mio riscatto non è una rivincita* («Migrador Museum», 16 agosto 2014) racconta il percorso professionale e personale di Jamal, professionista nel mondo della moda, dalle difficoltà economiche in Marocco a una carriera a Milano. La storia mette in risalto le qualità eccezionali di Jamal nel sapere affrontare avversità e ostacoli grazie alle proprie capacità di resilienza, nel sapere cogliere opportunità e sfruttare al meglio le competenze acquisite nel paese d'origine. La generosità è un altro tratto che viene spesso messo in risalto nelle storie dei “nuovi italiani”. La storia *Pane, Amore e Fantasia. Il dono quotidiano di Lulzim Vulashi* («Italiani+», 4 aprile 2014) racconta gli atti di solidarietà verso i “meno fortunati” da parte del protagonista, un imprenditore di origini albanesi divenuto titolare di una apprezzata panetteria a Firenze, dopo

un percorso di dura gavetta. Il “nuovo italiano” è quindi un soggetto artefice del proprio successo professionale attraverso eccezionali qualità imprenditoriali, generosità d’animo e profonda dedizione verso i propri obiettivi lavorativi.

Le storie dei “nuovi italiani” di successo richiamano il tropo del “bravo immigrato” (Mujcic 2019) ricorrente nei discorsi politici e pubblici “pro-immigrazione” e costruito in opposizione a rappresentazioni di soggetti invisibili, criminalizzati o vittimizzati e relegati a ruoli professionali e sociali subalterni, poco qualificati e dipendenti da sostegni esterni. Le storie di successo suggeriscono il tentativo persuasivo di posizionare i “nuovi italiani” come “legittimi” cittadini secondo una tattica di integrazione strategica (Hall 1991). Seppure con una intenzione di sovversione delle narrazioni parziali e stigmatizzanti dei media mainstream, le storie dei “nuovi italiani” come soggetti “meritevoli” di inclusione (Sirriyeh 2020) attingono a ideologie neoliberali che, attraverso una valorizzazione positiva del successo imprenditoriale individuale, attingono a narrazioni alterizzanti e utilitaristiche come il valore economico dell’immigrazione (Morani 2017).

Essere e non essere (italiani)

Diverse storie di “nuovi italiani” adottano un genere di narrazione introspettiva attraverso riflessioni e racconti personali che esplorano temi legati all’identità e alla esperienza di appartenenze multiple. Si tratta in genere di contenuti prevalentemente pubblicati su piattaforme blog, un formato che si adatta a una scrittura più immediata e, in certi casi, percepita come più libera da filtri editoriali. Alcuni racconti sottolineano un senso di precarietà identitaria vissuta dai protagonisti delle storie derivata da esperienze quotidiane di “non riconoscimento” (Hepworth 2015). Ad esempio, nella storia *Mi sento, sono e vorrei essere* («Yalla Italia», 29 maggio 2014), la protagonista, una giovane milanese di origini srilankesi, racconta in prima persona la discrepanza tra il proprio “sentirsi italiana” e il non sentirsi pienamente riconosciuta come italiana con una origine “altra”. Il legame con le proprie origini viene raccontato come un percorso spesso ostacolato da pressioni assimilazioniste e solo recentemente riscoperto. Spesso il senso di non riconoscimento deriva da processi sistemici esclusivizzanti come restrizioni giuridiche di accesso alla cittadinanza. Il racconto *Viorica, anzi Viola* nella sezione “Nuovi Cittadini” di «A.L.M.A. Blog» racconta la storia di una donna dalla nazionalità non specificata alle prese con una serie di difficoltà

quotidiane derivate dal mancato possesso della cittadinanza che limita le possibilità di migliorare le proprie condizioni di lavoro e di vita.

Queste testimonianze e racconti tendono a restare circoscritti a una narrazione individuale, autoriflessiva e personale. Esperienze di processi o atti discriminatori sono interiorizzati in questo tipo di storie come un “senso di non riconoscimento” piuttosto che come il prodotto di processi sistemici esclusivizzanti e razzializzanti.

“Nuovi italiani” nel mondo

Un terzo tipo di narrazione colloca i “nuovi italiani” come parte di uno spazio di rappresentazione globale e cosmopolita creando connessioni con contesti e mondi “altri”. Diverse piattaforme ospitano storie che tracciano un parallelismo tra italiani emigrati in altri paesi e italiani o residenti di origine immigrata in Italia, come ad esempio il reportage *Storie di nuovi migranti: giovani italiani nel mondo* («Prospettive Altre», 25 giugno 2014). A volte vengono anche sperimentate forme narrative di racconti fantastici che invitano a una prospettiva cosmopolita come la serie di racconti *Storie dal Futuro* di «Migrador Museum» in cui la diversità in Italia viene osservata e raccontata attraverso una prospettiva fantascientifica. Il racconto *Lo chiameremo Mondo* racconta la storia di una creatura nata sul pianeta Terra da genitori di origine extraterrestre e che vive la difficoltà di non sentirsi pienamente riconosciuto come “terrestre” («Migrador Museum», 15 aprile 2014). Questi racconti, attraverso spostamenti di sguardi e prospettive, cercano di suscitare empatia e autoidentificazione secondo un discorso autoriflessivo che invita a trovare “l’altro in noi e il sé nell’altro” (Berrocal 2011).

Queste tre narrazioni suggeriscono l’intenzione di costruire rappresentazioni che sovvertono o ampliano il racconto egemonico della “immigrazione” in Italia percepito come generalizzante, parziale e alterizzante. Il racconto biografico restituisce la voce e la prospettiva dei protagonisti stessi delle storie attraverso narrazioni che sottolineano l’importanza della cittadinanza formale come forma di riconoscimento sociale e giuridico. Allo stesso tempo, prediligere narrazioni che vincolano la legittimità della cittadinanza al successo individuale può risultare una strategia discorsiva limitante rispetto alla possibilità di includere diverse e molteplici possibilità di costruzione di una identità nazionale collettiva inclusiva della diversità.

Ripensare i media digitali interculturali in Italia: potenziale, limiti e trasformazioni

Il caso dei media digitali interculturali in Italia rappresenta la possibilità praticata di creare spazi mediatici più inclusivi, pluralisti e partecipativi. In questo, le piattaforme interculturali, specialmente negli anni di massima attività, hanno rappresentato luoghi di sperimentazione per l'elaborazione di narrazioni su immigrazione, diversità e cittadinanza alternative al discorso giornalistico dominante restituendo visibilità a rappresentazioni, prospettive e voci sottorappresentate o stigmatizzate.

Attraverso la formazione e il coinvolgimento di collaboratori con background migratorio, queste piattaforme hanno rappresentato laboratori creativi di pratica interculturale e un modello per una maggiore inclusività nelle redazioni dei media italiani. Tuttavia, alcuni fattori strutturali e contingenti al contesto socioculturale degli anni di massima attività delle piattaforme, hanno limitato la longevità di molte iniziative. La precarietà di risorse di finanziamento e il difficile equilibrio tra libertà editoriale e sicurezza finanziaria, attraverso legami proprietari o di finanziamento con gruppi editoriali o istituzioni pubbliche o private, hanno rappresentato sfide significative. Inoltre, la discontinua attenzione pubblica e politica ai temi di inclusione sociale e culturale, nonché della riforma della legge sulla cittadinanza, può avere limitato opportunità continuative di fondi e un interesse lungo di pubblico e produttori (Morani 2021).

A livello di contenuti, i media interculturali hanno sperimentato molteplici formati, generi e stili nel raccontare la diversità in Italia attraverso prospettive inclusive e spesso autoriflessive. Esaminando le (auto)narrazioni nel genere di storie dei “nuovi italiani”, emerge una predilezione per la narrazione individuale, spesso celebrativa che sottende a una strategia persuasiva nel posizionare i “nuovi italiani” come “legittimi” cittadini. Il progetto di cittadinanza influenza quindi le narrazioni e ne può limitare, per certi aspetti, le possibilità discorsive secondo uno spettro di rappresentazione più ampio che includa, ad esempio, la elaborazione di narrazioni collettive, approcci intersezionali o pratiche di cittadinanza secondo una accezione più ampia di quella giuridico-legale (Isin, Nielsen 2008).

Nonostante il fenomeno dei media interculturali abbia subito un rallentamento rispetto al periodo di massima crescita di nuove piattaforme, è ancora una realtà attiva e in costante trasformazione. Negli ultimi tre anni sono nate almeno quattro nuove piattaforme con formati e modelli editoriali diversi ma intenti ancora simili: dare visibilità a storie e contenuti

legati ai temi della diversità in Italia e nel mondo contemporaneo che non trovano spazio nei palinsesti dei media nazionali mainstream. Rispetto ai media interculturali della “prima generazione”, questi nuovi progetti tendono ad avere redazioni prevalentemente virtuali, strategie di comunicazione social che favoriscono interazioni più immediate con il pubblico e sempre più caporedattori italiani appartenenti a una minoranza “etnica” o di origine migratoria ai vertici dei progetti.

Rimane centrale a molte di queste iniziative il genere del racconto di storie individuali “positive” e “vincenti” come in «Second Generations» e «ColorY*», due progetti molto attivi anche su Instagram che fanno dello storytelling la modalità narrativa principale. Queste nuove piattaforme sembrano tuttavia proporre uno spettro più ampio e intersezionale di narrazioni al di là dell'enfasi sulla appartenenza nazionale. Quando si tratta di prodotti editoriali, come «Afroitalian Souls» e «Nuove Radici», questi sembrano possedere filtri editoriali più leggeri e modelli di finanziamento “dal basso”. Al tempo stesso, i social media sono diventati luoghi privilegiati da attori collettivi e individuali le cui voci, storie o prospettive non trovano spazio nella sfera mainstream. Anche i movimenti e progetti di attivismo culturale come le campagne per la riforma della legge sulla cittadinanza o contro l'uso di pratiche e linguaggi razzializzanti nei media mainstream trovano nei social media delle infrastrutture accessibili, dirette e con il potenziale di raggiungere un pubblico ampio.

Nel percorso verso la costruzione di spazi mediali nazionali più inclusivi, il fenomeno dei media interculturali digitali rappresenta un laboratorio quasi ventennale di pratiche e discorsi in costante evoluzione che può – e dovrebbe – costituire un ricco riferimento per elaborare uno spettro più ampio di rappresentazioni e narrazioni mediali della società contemporanea.

Tabella 1. Mappatura delle piattaforme digitali interculturali da gennaio 2000 a novembre 2020 (Morani 2021).

Nome	Indirizzo web	Auto-descrizione	Anno di lancio	Termine/ stato attuale
A.L.M.A. Blog	http://collettivoalma.wordpress.com	Collettivo di scrittura Alzo La Mano Adesso	2012	2018
Afroitalian Souls	http://www.afroitaliansouls.it/	La finestra sul mondo Afroitaliano	2015	attiva
All TV	www.all-tv.tv	Il primo canale televisivo italiano che promuove la Cittadinanza comune	2013	2015
Asterisco Radio	www.asteriscoradio.com	Radio web interculturale: la voce dei nuovi cittadini	2005	2013
Babel TV	www.babel.tv	La TV dei nuovi italiani	2010	2014
Crossing TV	www.crossingtv.it	La TV delle nuove generazioni	2008	2011
Enmigrinta	http://enmigrinta.oneminitutesite.it/index.html	L'antidoto alla discriminazione	2009	2017
Focus Mediterraneane	https://www.focusmediterrancee.com/	Online magazine indipendente	2011	attiva
Frontiera TV	www.frontieratv.it	Web TV dedicata all'immigrazione	2009	2017
Giornalismo a Modo Nostro	http://giornalismo2012.wordpress.com	Sito di notizie collettivo e blog	2012	2013
Glob 011	www.glob011.com	Officina d'informazione globale	2013	2016
Immigrazione Oggi	www.immigrazioneoggi.it	Notizie su immigrazione, asilo, cittadinanza e mobilità europea	2009	2013
Italiani senza cittadinanza	www.italianisenzacittadinanza.it	Movimento per il diritto alla cittadinanza	2018	2020
Italiani.piu	www.italianipiu.it	Portale per I nuovi italiani	2013	2015
La Città Nuova	http://lacittanuova.milano.corriere.it	Blog multi-autore che da voce a milanesi di origine straniera	2011	attiva
Lookout.tv	www.lookout-tv.eu	Web TV prodotta da giovani immigrati	2011	2016
Melting	https://meltingweb.wordpress.com	Il giornale dei nuovi italiani	2010	2011

Nome	Indirizzo web	Auto-descrizione	Anno di lancio	Termine/ stato attuale
Metropoli	http://temi.repubblica.it/metropoli-online	Il giornale dell'Italia multietnica	2008	2009
Migrador Museum	www.migradormuseum.it	Il museo virtuale dell'immigrazione	2014	2017
Migranews	www.archivioimmigrazione.org/migranews	Agenzia di notizie sull'immigrazione	2009	2009
Mixa Mag	www.mixamag.it	Il magazine dell'Italia multietnica	2009	2011
Multicoooly	http://multicoooly.com/	Portale di story-telling	2015	2017
Multicultural Multimedia Channel	www.nmc2000.net	Web radio multiculturale	2000	2002
Noi Mondo TV	www.noimondotv.eu	Web TV che parla la tua lingua	2014	2018
Notizie Migranti	www.notiziemigranti.it	Laboratorio di giornalismo interculturale	2011	attiva
Nuove Radici World	https://www.nuoveradici.world/	Piattaforma su Inclusion e diversity.	2018	attiva
Nuovi Cittadini TV	www.nuovicittadini.tv	Web TV per le storie di	2010	2013
Nuovi Italiani	http://nuoviitaliani.blog.unita.it	Il blog dei nuovi italiani	2010	2012
Occhioimedia	www.occhioimedia.org	Progetto di monitoraggio dei media antirazzista	2008	attiva
Piu Culture	www.piuculture.it	Giornale interculturale	2010	attiva
Prospettive Altre	www.prospettivealtre.info	Fatti, approfondimenti e dibattiti sull'Italia Plurale	2012	2016
Rete G2	www.secondogenerazioni.it	Un network di 'cittadini del mondo'	2006	attiva
Second Generations	https://secondgenerations.home.blog/	Blog scritto dalle seconde generazioni per le seconde generazioni	2019	attiva
Yalla Italia	www.yallaitalia.it	Il blog collettivo delle seconde generazioni	2011	2015

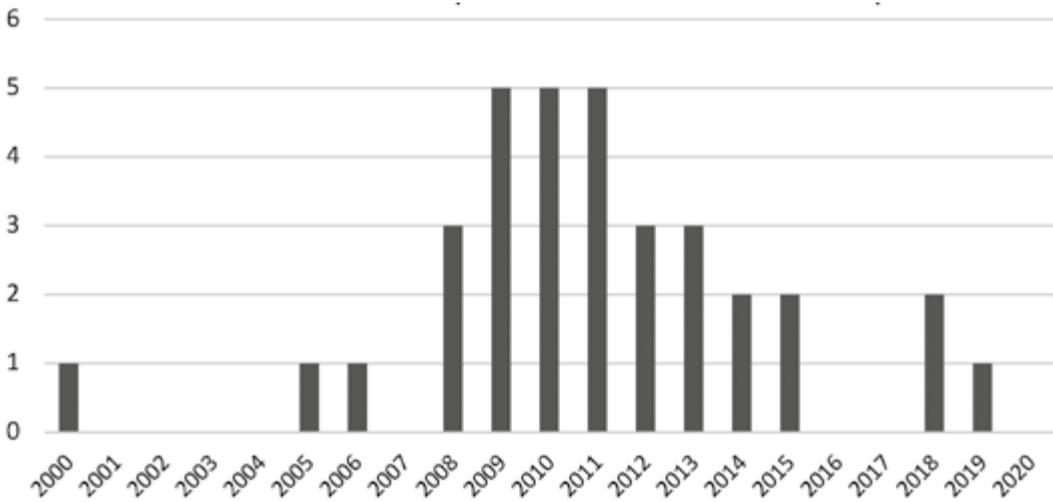


Grafico 1. Numero di piattaforme digitali interculturali nate per anno da gennaio 2000 a novembre 2020 (Morani 2021).

Riferimenti bibliografici

- Allievi S. (2010), *Multiculturalism in Italy: the Missing Model*, in Silj A. (ed.) *European Multiculturalism Revisited*, Zed Books, London-New York, pp. 147-180.
- Berrocal E.G. (2010), *Building Italian-ness through the Logic of the 'Other is Us' and the 'Self in the Other'. An Anti-Nationalist Approach to the Italian Debate on a New Citizenship Law*, in «Bulletin of Italian Politics», 1, pp. 69-90.
- Deuze M. (2006), *Ethnic Media, Community Media and Participatory Culture*, in «Journalism Journal», 3, pp. 262-280.
- Faloppa F. (2011), *Razzisti a parole (Per Tacer dei Fatti)*, Laterza, Bari.
- Hall S. (1991), *Old and New Identities, Old and New Ethnicities*, in King A.D. (ed.) *Culture, Globalization and the World System*, Macmillan, Basingstoke, pp. 41-68.
- Hepworth K. (2015), *At the Edges of Citizenship. Security and the Constitution of Non-Citizen Subjects*, Ashgate, London.
- Insin E., Nielsen G. (eds) (2008), *Acts of Citizenship*, Zed Books, London-New York.
- Maneri M., Meli A. (2007), *Un diverso parlare. Il fenomeno dei media multiculturali in Italia*, Carocci, Roma.
- Maneri M. (2011), *I media interculturali. Una panoramica dettagliata*, in «Libertà civili», 2, pp. 11-21.
- Matsaganis M.D., Katz V.S., Ball-Rokeach S. (2011), *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers and Societies*, SAGE Publications, New York.

- Meli A. (2011), *Le tante voci della nuova Italia multiculturale*, in «Libertà civili», 2, pp. 29-36.
- Morani M. (2017), *New Italians and Digital media: an Examination of Intercultural Media Platforms* (tesi di dottorato, Cardiff University). Reperibile in <<http://orca.cf.ac.uk/104335/>> (consultato il 1° febbraio 2022).
- Ead. (2021), *Introducing Italy's Intercultural Digital Media: Mapping the Landscape*, in «Journal of Intercultural Studies», 10 December 2021.
- Mujcic E. (2019), *Consigli per essere un bravo immigrato*, Elliot Edizioni, Roma.
- Sirriyeh A. (2020), *Dreamers', (Un)deserving Immigrants and Generational Interdependence*, in «Population, Space and Place», 6, pp. 1-10.