

LE PAROLE DISUMANIZZANTI COSTRUISCONO MURI

di Valerio Cataldi

Giornalista, presidente dell'Associazione Carta di Roma

La parola che ha aperto la strada al rifiuto senza precedenti delle autorità italiane di accogliere i naufraghi nei porti italiani, è la parola “pacchia”.

La introduce tra i termini in uso nel racconto delle migrazioni il neoministro dell'interno Matteo Salvini in piena campagna elettorale per le amministrative. È il 2 giugno, in una piazza di Vicenza, Salvini dice “per i clandestini la pacchia è strafinita”. Uno slogan, pura propaganda. Una frase che contiene “clandestini”, il vecchio termine preferito dagli *spaventatori* di professione per criminalizzare i migranti e la nuova parola “pacchia” che la Treccani ci ricorda essere un “*deverbale di pacchiare, «mangiare con ingordigia», usato per indicare una condizione di vita facile e spensierata*”. In una sola frase c'è il corredo completo della mistificazione e della distorsione della realtà che la politica produce costantemente quando parla di migranti.

Questa distorsione è la cifra del 2018.

Invasione è la parola che serve a rafforzare la decisione di fermare l'immigrazione chiudendo i porti, ma questa parola con la realtà ha poco a che fare. E sono i numeri a dirlo: dall'inizio dell'anno gli arrivi sono diminuiti dell'80 per cento rispetto all'anno scorso (23.011 nei primi undici mesi, come certifica l'Organizzazione Internazionale per le Migrazioni), ma il rapporto elaborato dall'Osservatorio di Pavia che presentiamo in questo sesto rapporto annuale di Carta di Roma, ci dice che di fronte al drastico calo di arrivi, non diminuisce il numero dei titoli. L'informazione resta centrata sul tema con lo stesso tono ansiogeno da emergenza permanente che riproduce ormai da anni.

Il paradosso è che l'ossequio alla propaganda non si ferma e produce titoli surreali come: “*Gli sbarchi non danno tregua ma quest'anno sono l'80 per cento in meno*”. La contraddizione è evidente, ma sembra più importante l'adesione incondizionata al linguaggio della politica.

Li chiameremo *spaventatori* anziché giornalisti, perché fanno un mestiere che viola costantemente le regole base dell'informazione, le regole deontologiche e, soprattutto, la ricerca della verità sostanziale dei fatti.

È una informazione che si nutre di se stessa, non ha alcuna predisposizione all'ascolto e produce conseguenze evidenti: i progressi registrati dal 2013 con la visita del Papa a Lampedusa e poi con il naufragio del 3 ottobre, che avevano portato a una umanizzazione del tema migrazione e alla conseguente diminuzione di termini ansiogeni e criminalizzanti, sono stati cancellati

dall'incattivimento costante del linguaggio che la politica ha imposto sin dall'inizio dell'anno, nei 59 giorni che hanno preceduto il voto del 4 marzo.

Colpisce, fra tutti i dati contenuti nel rapporto, che in televisione le voci di immigrati, rifugiati e richiedenti asilo sono presenti nel 16 per cento dei servizi relativi all'immigrazione, oltre il doppio del 7 per cento dello scorso anno. Sembra un progresso importante, li ascoltiamo di più. In realtà l'analisi di quelle voci rivela che si tratta di testimonianze relative ad aggressioni a sfondo razziale. Li ascoltiamo di più non per capire chi sono e da dove vengono, ma perché vengono aggrediti. Ce ne eravamo accorti nei primi due mesi dell'anno, ovvero durante la campagna elettorale che ha preceduto il voto del 4 marzo, quando, con un metodo molto poco scientifico, avevamo contato la parola "negro" sui giornali ben 57 volte, quasi una volta al giorno, scritta all'interno di articoli che citano frasi tipo: "sporco negro", "negro di m...", "i negri vengono a rubare, ad ammazzare le nostre donne...", "lo da un negro non mi faccio visitare...", "stai zitto negro"...

Pacchia, crociera, clandestino, la paghetta dei 35 euro, invasione, sono le parole con cui la politica fa la sua propaganda, ma che rimbalzano su tutti i giornali e su tutti i telegiornali, senza contraddittorio. Abbiamo assistito a trasmissioni televisive in cui politici parlavano di miliardi di africani pronti a partire, quando neanche esistono miliardi di africani. Tutto questo avveniva in studi televisivi nei quali a quelle parole, a quei numeri così distanti dalla realtà non veniva posto un argine, non veniva chiesto un chiarimento.

Parole come *invasione* sono lontanissime dalla realtà oggettiva. Anche mettendo insieme gli arrivi degli ultimi 5 anni in Italia non si riuscirebbe a riempire piazza san Giovanni come sa fare un mediocre concertone del primo maggio.

La percezione che abbiamo del fenomeno migratorio cambia gli umori, genera paura. E quella percezione è fondata sulla distorsione della realtà veicolata da parole come *clandestino*, come *invasione*.

Carta di Roma lo ripete da dieci anni: la ricerca della verità sostanziale dei fatti, con l'uso corretto delle parole e l'obiettività dei numeri sono il solo argine alla costruzione distorta della realtà che gli "spaventatori" ripetono ogni giorno. È una questione di dignità, di credibilità, di sopravvivenza del mestiere di giornalista.

Il Washington Post per arginare il presidente Trump che non vuole giornalisti che fanno domande ma giornalisti che rilanciano i suoi tweet e i suoi messaggi aggressivi, ha proposto di "evitare di ripetere le bugie della politica. Evitare di metterle nei titoli, nei lead o nei tweet. Perché è proprio questa amplificazione che dà loro potere".

Una riflessione necessaria anche nel nostro paese, che Carta di Roma ha rilanciato con un appello ai direttori di giornali e telegiornali.

Le parole possono trasformare la realtà e la responsabilità è anche, e forse soprattutto, di chi scrive e riproduce quelle parole.

Per questo abbiamo anche deciso di lanciare una campagna sull'uso corretto delle parole: cartoline contro i discorsi di odio, immagini e parole con il loro *sorprendente* significato reale che si scopre facilmente aprendo un dizionario e che ci mostra la differenza tra realtà e propaganda. Quelle cartoline le abbiamo inviate ai nostri garanti istituzionali: al Presidente della Repubblica e ai Presidenti di Camera e Senato. Un appello al buonsenso, all'uso corretto delle parole, ma anche un modo per chiedere rispetto dei principi antifascisti e antirazzisti scritti nella Costituzione.

CRONACHE DI ORDINARIO RANCORE. POLITICO.

di Ilvo Diamanti

Docente dell'Università di Urbino, direttore scientifico di Demos&Pi

Le analisi della Carta di Roma condotte, negli ultimi 5 anni, circa la presenza dell'immigrazione sui media e nell'informazione, disegnano un percorso lineare. Dalla comprensione alla tensione. Dalla pietà alla paura. Senza che si rilevi una relazione diretta e stretta con l'evoluzione del fenomeno in termini quantitativi. Rispetto all'entità degli sbarchi sulle nostre coste. Oppure, degli arrivi di migranti dall'esterno. Oltre le nostre frontiere.

L'atteggiamento dell'informazione scivola, in modo rapido e lineare, dalla "pietà" verso la sofferenza degli "altri", all'in-sofferenza, tout court. Gli altri, cioè, diventano "altri", lontani e diversi da noi. E suscitano sospetto. Rifiuto. Oggi sembra un'osservazione ovvia. Perfino banale. Eppure, solo 5 anni fa, l'immagine ricorrente, nell'informazione mediatica, richiamava Lampedusa. Isola, ma anche punto di osservazione e di collegamento con gli "altri". Lampedusa era il nostro ponte, non solo un presidio sulla minaccia che, incombe e preme su di noi. Ieri era un'isola del Mare Nostrum. Oggi divenuto il Mare Mostrum. Che ci separa e – purtroppo – ci collega con gli "altri".

È utile ripercorrere rapidamente i rapporti realizzati dalla Carta di Roma, nel corso degli anni recenti, perché ci mostra e ci dimostra quanto sia cambiato – in fretta – il clima d'opinione verso "l'immigrazione". O, meglio, verso i "migranti". Il termine più diffuso. Perché, come si osserva nel Rapporto, ne sottolinea il "movimento", l'instabilità. Infatti, "immigrato" è un participio passato. "Migrante" è un participio presente. Evoca una figura, un soggetto, un percorso: in atto. In continuo cambiamento. In continuo divenire. E quindi, non ancora "avvenuto" e "divenuto". E quel che non è ancora avvenuto, non può essere superato, accolto, risolto. Perché può cambiare. Rimane, dunque, "ir-risolto". E in questo modo accentua il nostro senso di precarietà.

Un po' come l'Aquarius, che, nei mesi scorsi, ha girato per giorni nel Mare Nostrum, intorno alle nostre coste, cercando, invano, un porto in cui approdare. L'Aquarius, inseguita in tempo reale dai media, come, successivamente, la Diciotti, è servita a marcare il nostro senso di precarietà. L'insicurezza.

Mentre la "domanda di sicurezza" diveniva - ed è divenuta - il tema "politicamente" più importante. La politica, d'altronde, è la scena, il teatro, dove si svolge la "commedia del migrante che si avvicina". Del mondo che grava e, anzi, "cade su di noi" (per citare il verso di una canzone famosa dei miei tempi). Tanto più in epoca di "campagna elettorale permanente". Perché si vota ogni anno. E anche più volte all'anno. Mentre tutto cambia in fretta. Dopo la caduta del muro è

caduta anche la Prima Repubblica. E oggi non sappiamo più in quale Repubblica viviamo. Seconda oppure Terza? Visto che la Seconda Repubblica fondata da Berlusconi e rivisitata da Renzi, negli ultimi anni, pare conclusa. Oggi siamo andati oltre. E governano forze politiche che hanno raccolto il malessere “democratico”. Nel dibattito politico e mediatico, infatti, il tema dell’immigrazione e la figura del migrante sono associati alle divisioni politiche. Non tanto sinistra/destra. Oggi la politica è personalizzata. Così il tema del migrante è affiancato al Capo del nostro tempo. Matteo Salvini. Il quale ne ha fatto largo uso, nell’ultimo anno. Mentre, dall’altra parte, sul piano della comunicazione e del messaggio, non c’è tanto un soggetto politico. C’è la Chiesa, insieme a Papa Francesco. Visto che la testata che accompagna i migranti con maggiore comprensione è l’Avvenire. Il quotidiano dei vescovi. Della Cei.

I “migranti”, dunque, sono al centro di uno confronto, o meglio, uno scontro, politico. E di valori. Che spinge sulla leva delle emozioni. Anche per questo il tema risulta meno frequente e frequentato sui “giornali di carta”. Non solo, cioè, perché i “giornali di carta” hanno subito un pesante ridimensionamento, negli ultimi anni. E, dunque, sono meno “utili” sul piano della risonanza e della propaganda. Ma soprattutto perché, per suscitare emozioni, funziona molto meglio la “televisione”. Che, come ha rilevato l’Osservatorio di Demos-Coop nelle scorse settimane, continua ad essere il medium più seguito dagli italiani, per informarsi quotidianamente: 87%. (Mentre i giornali “di carta” sono consultati, regolarmente, da meno del 20% dei cittadini). Così, mentre nel corso degli ultimi mesi, sulle prime pagine dei giornali (di carta), l’immigrazione e i migranti hanno occupato uno spazio minore rispetto all’anno precedente, nei tele-giornali e nei notiziari TV di prima serata sono divenuti un tema ricorrente. Anzi, come emerge da questo Rapporto: “il” tema.

Inutile aggiungere che, sulla Rete e sui Social, si riflette e amplifica un clima di “ordinario rancore”. Perché, appunto, non sono “media”, ma canali di comunicazione “im-mediata”. Dove tutti possono “comunicare” i loro sentimenti e ri-sentimenti. In modo continuo. Rapido. Diretto. Anzi: im-mediato. Per questa ragione, però, non è detto che la tendenza osservata negli ultimi anni sia destinata a riprodursi, immutata, in futuro. Perché, nell’epoca della comunicazione im-mediata, i temi e le parole del dibattito pubblico cambiano in fretta. Come le passioni - amiche e ostili. E, quindi, come gli amici e i nemici.

Ma, proprio per questo, i media - nuovi e tradizionali - “servono”. E serviranno ancora. Anzi: sempre più.

IL FENOMENO MIGRATORIO NELLA STAMPA. UNA SINTESI

- ✓ Nel 2018 c'è stata una riduzione delle notizie dedicate all'immigrazione sulle prime pagine dei cinque quotidiani analizzati rispetto agli anni precedenti: nel 2018 sono 834, contro le 1.006 del medesimo periodo nel 2017, le 1.389 del 2016 e le 1.336 del 2015. C'è stato, dunque, nel 2018 un calo del 17% di notizie rispetto al 2017 e del 38% rispetto al 2015.
- ✓ Nonostante la flessione palpabile, la quantità di notizie sulle prime pagine dei quotidiani nel 2018 rimane importante, 834 titoli su cinque testate in dieci mesi significa una media di 83 titoli sull'immigrazione al mese.
- ✓ I due quotidiani che hanno dedicato più notizie al tema immigrazione nel 2018 sono Avvenire (251) e Il Giornale (190), due testate che confermano, con tagli divergenti, un interesse spiccato per il tema. La Stampa, La Repubblica e il Corriere della sera hanno pubblicato un numero di notizie in prima pagina simile tra di loro, che oscilla dalle 137 de La Stampa alle 123 del Corriere della sera.
- ✓ Una riduzione significativa di editoriali sul tema immigrazione ha caratterizzato il 2018 rispetto agli anni precedenti: nel 2016, per esempio, gli editoriali erano il 9% delle notizie di prima pagina, nel 2017 il 3% delle notizie, mentre nel 2018 gli editoriali sono solamente lo 0,2%.
- ✓ L'andamento della visibilità giornaliera del fenomeno migratorio ha subito un leggero calo di intensità. Nel 2017 vi sono stati 43 giorni senza notizie sull'immigrazione in almeno una delle testate analizzate, nel 2018 i giorni senza notizie sono aumentati a 49. Permane, comunque, una singolare continuità di attenzione al tema, nonostante la radicale riduzione di arrivi di migranti sulle coste italiane.
- ✓ L'agenda dei temi sull'immigrazione evidenzia una progressiva diminuzione della voce dell'accoglienza, che passa dal 54% del 2015 al 17% del 2018, e un contestuale aumento della voce dei flussi migratori, che sale dal 23% del 2015 al 47% del 2018. La voce di società e cultura (18% nel 2018) ha un peso pressoché stabile nell'ultimo triennio, mentre quella di criminalità e sicurezza è con l'11% di notizie in lieve calo rispetto all'anno precedente (15%). La categoria del terrorismo raccoglie il 5% delle notizie del 2018, in linea con l'anno scorso. Le notizie di economia
- ✓ Nel 2018, si è registrata una diminuzione dei toni allarmistici nella stampa. Circa un quarto delle notizie (24%) ha toni allarmistici nel 2018, una riduzione di 22 punti rispetto all'anno precedente, che aveva registrato il 46% di titoli dai toni allarmistici. I titoli rassicuranti sono invece passati dal 5% del 2017 al 12% del 2018.
- ✓ Le categorie tematiche più permeabili a toni allarmistici sono quelle di criminalità e

sicurezza (56%) e terrorismo (55%). Una quota elevata di titoli allarmistici si registra tuttavia anche nella voce dei flussi migratori (19%), per l'uso reiterato dei termini "invasione", "allarme", "emergenza" e la presenza di toni aspri e preoccupati sull'intensificazione degli scontri tra paesi europei, l'assenza di soluzioni condivise, il caos alle frontiere nazionali nel cuore dell'Europa.

- ✓ Le linee editoriali dei quotidiani si differenziano significativamente per il grado di allarmismo nei titoli di prima pagina. Avvenire è il quotidiano che accoglie il maggior numero di notizie rassicuranti (21%). Il Giornale è la testata con più toni allarmistici (52% di notizie) e con il numero minore di notizie rassicuranti (5%). Il 15% dei titoli di La Repubblica ha un tono allarmistico, contro l'8% che ha un tono rassicurante. Il Corriere della sera e La Stampa sono i quotidiani che accolgono il numero minore di titoli e articoli allarmistici e, dopo Avvenire, quelli che pubblicano più titoli rassicuranti.
- ✓ L'analisi lessicale dei titoli di oltre 300 testate conferma la centralità del tema immigrazione nell'informazione degli ultimi sei anni. Il 2015 è l'anno che ha prodotto il maggior numero di titoli, 19.185, pari a una media giornaliera di 53 titoli. Il 2018 registra una flessione: la quantità di titoli rimane ingente, 10.540, ma la media giornaliera (37 titoli) è la più contenuta dal 2014.
- ✓ Il significativo decremento di arrivi di migranti nella seconda metà del 2017 e nel 2018 non ha coinciso con una riduzione proporzionale del numero di titoli giornalieri. Se nel 2015 c'è stato in media un titolo di stampa ogni 8 migranti giunti sulle coste italiane, nel 2018 questo rapporto si è ridotto a un titolo ogni due migranti.
- ✓ Un filo conduttore dell'informazione sul fenomeno migratorio nei sei anni analizzati è quello dell'emergenza permanente, il lessico adoperato delinea una cornice di "crisi infinita", endemica, che muta nel tempo e dilaga dalla cronaca al dibattito politico, interno all'Italia e tra istituzioni europee. Nel 2013, la parola simbolo dell'anno è Lampedusa, la cornice quella della crisi umanitaria. Il termine simbolo dell'anno successivo, il 2014, è Mare nostrum, la cornice si amplia e prende la forma di una crisi inarrestabile, minacciosa come una calamità naturale. Nel 2015 la parola simbolo è Europa e la cornice assume i caratteri di crisi politica. Il termine simbolo del 2016 è muri, quelli reali e simbolici issati ai confini e nel cuore dell'Europa, la cornice si amplia a crisi sistemica dell'Ue, minandone i principi fondanti. La parola simbolo del 2017 è Ong, con la genesi del sospetto sugli operatori umanitari, e la cornice diventa crisi di rigetto, alimentata anche da efferati casi di criminalità. Nel 2018, la parola simbolo è Salvini, protagonista di 865 titoli, la cornice muta in crisi valoriale, per l'inasprirsi del confronto politico europeo e lo sfaldamento del tessuto condiviso di valori comunitari.
- ✓ Fra le principali mutazioni lessicali, si registra negli anni un progressivo spostamento dal

termine immigrato a migrante, che connota l'azione del migrare di soggetti in perenne movimento, condizione di spostamento durevole per lo status di attesa (di permessi umanitari) e di transito (verso altre mete), e un andamento altalenante, ma in calo nell'ultimo biennio, del termine rifugiato/profugo.

- ✓ L'appellativo denigrante clandestino permane nel lessico dei titoli, 1.257 occorrenze nel periodo esaminato, 154 solo nei primi mesi del 2018. Dal 2013 al 2016, l'uso del termine è calato, dal 2017 si registra invece un'inversione di tendenza con un incremento di occorrenze che prosegue nel 2018. L'uso di altri termini inappropriati, come nomadi, zingari, vu cumprà e negri, si è invece ampiamente ridotta nel corso degli anni.
- ✓ I qualificatori di nazionalità o provenienza più adoperati sui migranti si sono progressivamente spostati dalla provenienza cinese, siriana, o dell'Europa dell'est, verso l'origine genericamente africana, o di singoli paesi africani, nigeriano, senegalese, tunisino, somalo, eritreo, ghanese.
- ✓ Nel 2018, il ministro Salvini conquista l'8,2% dei titoli della stampa sul tema migranti. Una penetrazione molto elevata e costante nel tempo, con almeno un titolo di stampa un giorno sì e uno no durante i primi dieci mesi del 2018. Il dato conferma quanto la copertura mediatica del ministro sia strettamente associata al tema migranti.
- ✓ Le sfere concettuali prevalenti identificate dall'analisi dei cluster sono state così denominate: Europa, integrazione, convivenza, traversata e criminalità. Il primo conglomerato di parole, quello dell'Europa, del confronto politico italiano ed europeo, è il più corposo ospitando un terzo dei lemmi dell'intero corpus. Il cluster dell'integrazione nei territori è invece il più contenuto come dimensione. L'agglomerato semantico della convivenza è il secondo cluster più corposo e raccoglie la dimensione locale dell'accoglienza con accento sulle frizioni e tensioni causate dall'incontro con la diversità. Il cluster della traversata ha un lessico specifico del viaggio attraverso il Mediterraneo, con i naufragi e la tragedia delle morti in mare. Il quinto e ultimo cluster della criminalità è quello che amplifica mediaticamente il binomio criminalità-immigrazione.

LA QUESTIONE MIGRATORIA NEI TELEGIORNALI DI PRIMA SERATA. UNA SINTESI

- ✓ Migrazioni e protagonisti del fenomeno hanno avuto ampio spazio nelle edizioni del prime time dei telegiornali delle sette reti generaliste italiane (TG1, TG2, TG3, TG4, TG5, Studio Aperto e TgLa7).
- ✓ Nel 2018 la visibilità del fenomeno rimane molto elevata, 4.068 notizie in 10 mesi, 300 in più rispetto allo stesso periodo del 2017; guardando all'agenda complessiva dei notiziari, è presente nel 10% dei servizi (fino al 2016 il valore si attestava intorno al 5%).
- ✓ Sono solo 13 i giorni in cui non è presente almeno un servizio in uno dei sette telegiornali. I picchi di visibilità del fenomeno si registrano in due o tre occasioni con numeri "record", simili a quelli raggiunti in occasione di eventi tragici, scolpiti nella memoria collettiva (come la morte, nel 2015, del piccolo Alan al largo delle coste turche): 53 notizie in occasione dell'omicidio di Pamela Mastropietro, del raid razzista compiuto da Luca Traini, delle vicende della nave Aquarius e della nave Diciotti.
- ✓ Non esiste una correlazione netta tra il numero delle notizie e l'aumento della paura verso gli immigrati: una elevata esposizione del fenomeno - come nel 2015 - non corrisponde a un incremento dell'insicurezza, anzi nel mese di giugno del 2018 c'è un lieve calo della paura nei confronti dei migranti. Il 41% dei cittadini (2 punti percentuali in meno rispetto al 2017) ritiene che immigrati e migranti costituiscano una minaccia per la sicurezza e l'ordine pubblico, in ragione delle difficoltà legate all'inclusione sociale e allo stato di povertà e disagio in cui versano coloro che giungono in Italia.
- ✓ La visibilità del tema è continua durante tutto l'anno, e soprattutto associata alla dimensione politica, non soltanto italiana ma anche europea e internazionale. Questo andamento presenta alcuni picchi di attenzione, nel mese giugno, per esempio, si registra il numero più alto di notizie dal 2015 a oggi: 875 servizi in 30 giorni, una media di 4 notizie al giorno a telegiornale.
- ✓ Il 43% delle notizie ha un riferimento esplicito a una dichiarazione o a un'azione politica. In alcuni mesi, come luglio e agosto, la percentuale si attesta al 53%. Percentuali simili si trovano per esempio nella trattazione di questioni economiche come la presentazione della legge di bilancio (in cui la politica è centrale nel 57% dei servizi). Se si guarda all'agenda nel suo complesso, la presenza della politica scende a una media del 21%.
- ✓ Il primo tema dell'agenda dell'immigrazione concerne i flussi migratori (38%), seguito dalla criminalità e sicurezza (32%), due temi che occupano, da soli, il 70% dell'agenda complessiva. Seguono i temi dell'accoglienza e della società e cultura.
- ✓ Nel 2018, a differenza degli anni precedenti, la dimensione securitaria prevale su quella della criminalità. In 6 servizi su 10 si parla, per esempio, di: controlli alle frontiere, verifiche della regolarità dei permessi di soggiorno e dei documenti, proposte per l'applicazione di misure più restrittive in merito alla concessione del diritto di asilo per motivi umanitari, operazioni "spiagge sicure" e "strade sicure".

- ✓ Immigrati, rifugiati e richiedenti asilo hanno voce, nei notiziari del 2018, nel 16% dei servizi relativi all'immigrazione. Un dato in controtendenza rispetto alle rilevazioni degli anni precedenti (7% nel 2017). Essi sono protagonisti principalmente in due contesti tematici: le aggressioni e gli attacchi di matrice razzista e le notizie relative al caporalato e allo sfruttamento lavorativo.
- ✓ Le interviste di migranti vedono una predominanza maschile: nel 78% dei casi gli intervistati sono uomini, contro il 22% di donne. Le donne sono protagoniste principalmente in casi di cronaca, per esempio in occasione dello sgombero di una baraccopoli a Roma o in quanto vittime di violenza, tratta, insulti razzisti.

Il flusso di (in)coscienza su Facebook e la permanenza del linguaggio razzista: una sfida per le redazioni.

L'analisi qui presentata prende in esame le pagine Facebook (fanpage) di 5 testate giornalistiche (indicate nella tabella qui sotto, con i relativi dati su numero di fan e di followers), seleziona per ciascuna pagina un post relativo alla sparatoria pubblicato nella giornata del 3 febbraio e si focalizza sui commenti dei lettori.

Gestata	Facebook fanpage		
Corriere della Sera	https://www.facebook.com/corrieredellasera/	2,575,410	2,469,979
La Repubblica	https://www.facebook.com/Repubblica/	3,707,643	3,564,547
La Stampa	https://www.facebook.com/lastampa.it/	1,283,782	1,272,529
Il Fatto Quotidiano	https://www.facebook.com/ilFattoQuotidiano/	2,297,161	2,189,212
Il Giornale	https://www.facebook.com/ilGiornale/	645,468	614,216

Come già osservato in altre analisi sul linguaggio nei social, la questione del difficile bilanciamento tra libertà di espressione e discorsi d'odio pone continue sfide per chi gestisce l'informazione online, soprattutto quando questa passa attraverso i social media, offrendosi al microfono aperto del libero commento del lettore. Le sfide qui per i giornali sono molteplici, sia dal punto di vista organizzativo, con le difficoltà e i costi per le redazioni di una moderazione puntuale dei commenti postati in gran quantità 24 ore su 24 sulle loro pagine Facebook, sia di tipo etico, con la tensione tra la tutela della libertà di espressione da un lato e il contrasto alle manifestazioni d'odio dall'altro, in un difficile equilibrio tra content moderation e potenziale censura, avendo come scopo ultimo quello di promuovere conversazioni e confronti online civili e costruttivi.

Interessante sarebbe anche capire quanto chi legge le fanpage dei giornali sia a conoscenza dell'esistenza e del funzionamento dei meccanismi di segnalazione alla piattaforma e quanto i lettori siano interessati a farsi parte attiva nel segnalare i contenuti critici o siano invece assuefatti e rassegnati all'avanzare dei discorsi d'odio online, in un processo di tacita normalizzazione del razzismo al quale assiste quotidianamente chi frequenta la rete.