



# **UBUNTU**

Suggerimenti  
di buone pratiche  
per una  
comunicazione  
consapevole

-----

**PER GIORNALISTE E GIORNALISTI,  
OPERATRICI E OPERATORI,  
VOLONTARIE E VOLONTARI  
DEGLI ENTI PARTNER**

**Progetto "Ubuntu - *Io sono perché noi siamo*", Saluzzo (CN)  
Dicembre 2022**



**CHE COS'È E A COSA SERVE QUESTA GUIDA**

**COME NASCE E A CHI SI RIVOLGE LA GUIDA**

**1. LE PAROLE PER DEFINIRE LE PERSONE**

**2. LA CORNICE CONCETTUALE**

**3. DARE VOCE E IDENTITÀ**

**4. COMUNICARE: A CHI E QUANDO**

**5. COMUNICARE: COSA**

# CHE COS'È E A COSA SERVE QUESTA GUIDA

Questa guida è un insieme di pillole che vogliono aiutare chi lavora a contatto con i braccianti di origine straniera impiegati nel settore frutticolo del Saluzzese a parlare consapevolmente del tema.

La guida è frutto della collaborazione con il Dipartimento di Studi Umanistici dell'Università di Torino nell'ambito del progetto di ricerca cofinanziato "Ubuntu: aspetti linguistici dell'integrazione dei lavoratori migranti nel Saluzzese", che si innesta nel progetto "Ubuntu - *lo sono perché noi siamo*" finanziato dal Bando Territori Inclusivi della Fondazione Compagnia di San Paolo, in collaborazione con la Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo e con l'adesione della Fondazione De Mari.

Le sezioni che compongono la guida sono cinque, ognuna riguarda un aspetto della comunicazione su cui si può lavorare per rendere più efficaci i propri messaggi.

Per ogni punto sono presenti grafici, esempi e spiegazioni tratti dalla ricerca condotta sul territorio. Questi dati sono d'aiuto per contestualizzare e capire meglio le **PILLOLE PRATICHE**, che sono invece contenute nei box arancioni.

Ubuntu –  
*lo sono  
perché noi  
siamo*

Bando  
Territori  
Inclusivi

Il progetto  
con  
l'Università  
di Torino



L'icona del libro aperto indica uno o più consigli bibliografici per approfondire gli argomenti trattati.

# COME NASCE E A CHI SI RIVOLGE LA GUIDA

Nell'ambito di "Ubuntu" è stata realizzata una ricerca che ha riguardato il linguaggio utilizzato nella narrazione di un fenomeno migratorio che caratterizza il Saluzzese da più di un decennio: l'arrivo e lo stanziamento sul territorio, per alcuni mesi all'anno, di un cospicuo numero di persone di origine africana – nell'ordine delle centinaia – che aspira a un impiego bracciantile nell'importante comparto frutticolo locale, e che fatica a trovare una soluzione abitativa adeguata durante la permanenza.

La ricerca ha portato alla luce alcuni pattern linguistici che ripropongono visioni stereotipate dei soggetti coinvolti, con il rischio di reiterare rappresentazioni stigmatizzanti anche quando non se ne ha l'intenzione. Se si smascherano questi pattern e si adottano alcuni semplici accorgimenti, si può innescare un cambio nella narrazione in grado di riflettersi in un cambio nella percezione del fenomeno.

**La guida nasce proprio per diffondere i risultati della ricerca in versione accessibile e operativa.**

Durante la ricerca sono stati/e incontrati/e gli operatori e le operatrici degli enti partner e alcuni/e cittadini e cittadine paragonabili al target che si vuole raggiungere con la propria comunicazione. Da ciò è emerso il ruolo fondamentale dei giornali locali nell'informazione e come cassa di risonanza per i prodotti comunicativi degli enti. Spesso, infatti, i comunicati stampa vengono ripresi dalle testate e riproposti con pochissime modifiche. Si è perciò costruito appositamente e analizzato un corpus linguistico composto da tutti i titoli di articoli giornalistici sul tema indagato, usciti tra gennaio 2009 e settembre 2022, in tre testate giornalistiche: *La Nuova Gazzetta di Saluzzo*, *Corriere di Saluzzo* (cartacee) e *targatocn.it* (online). In totale, si tratta di 2362 titoli, considerando occhiello, titolo vero e proprio e sommario come un'entrata unica. Dati i risultati della ricerca, pensiamo che la guida si possa rivolgere a due categorie di persone: **chi lavora a contatto con i braccianti o gli aspiranti tali**, sia come operatrice o operatore che come volontaria o volontario, e **chi lavora nell'ambito della comunicazione** sia all'interno degli enti sia come giornalista.



Per il contesto saluzzese:

Marco Buttino (2022), *Vite provvisorie, Braccianti africani nell'agricoltura globalizzata del Saluzzese*, Viella, Roma.

Per il linguaggio giornalistico in Italia:

Riccardo Gualdo (2017), *L'italiano dei giornali. Nuova edizione*, Carocci Editore, Roma.

Michele Loporcaro (2005), *Cattive notizie. La retorica senza lumi dei mass media italiani*, Feltrinelli, Milano.

# 1

## LE PAROLE PER DEFINIRE LE PERSONE

Torna  
all'indice

# 1

Le parole che usiamo per descrivere persone, cose, luoghi, fatti non sono neutre, perché riflettono lo schema mentale con cui li interpretiamo.

Negli anni, gli enti partner hanno riflettuto soprattutto sui termini da usare per parlare delle persone protagoniste del fenomeno di cui ci occupiamo: *migranti*, *braccianti*, *africani*, *stagionali*... Nessuna di queste parole è sbagliata, ma ognuna propone solo una sfaccettatura delle persone in questione. Quella che si sceglie porta l'attenzione su un aspetto diverso del loro vissuto.

La direzione che stanno seguendo gli enti partner è quella di spostare l'attenzione dalla condizione di migrazione ("**migranti**", "**africani**", "**immigrati**"...) a quella di lavoro ("**lavoratori**", "**braccianti**", "**aspiranti braccianti**").

La parola "**stagionali**" è stata valutata non del tutto positivamente da operatori e operatrici, perché rimanda alla temporaneità del passaggio di queste persone nel Saluzzese, offuscando il fatto che in realtà ormai parte di loro si fermi sul territorio per buona parte dell'anno.

È valutata positivamente la parola "**persone**", che umanizza; è invece stata poco apprezzata "**ragazzi**", che a primo impatto sembra di connotazione positiva ma che in realtà può celare un punto di vista paternalistico che toglie autonomia.

Gli/Le abitanti del Saluzzese che abbiamo incontrato e con cui ci siamo confrontati, invece, hanno usato prevalentemente espressioni che rimandano alla sfera della migrazione. Questa soluzione si è affiancata all'uso di "ragazzi" e "stagionali" e, in maniera meno significativa, a "persone".



Federico Faloppa (2011), *Razzisti a parole (per tacer dei fatti)*, Editori Laterza, Roma/Bari.

# 1

E nei media locali?

La tabella riassume le parole più usate per designare i braccianti o aspiranti tali nei titoli delle tre testate analizzate, dal 2009 al 2022. Accanto è indicato il numero di volte in cui compaiono. I vocaboli individuati sono tutti al maschile perché il gruppo specifico di persone che individuano è composto unicamente da uomini.

Il termine più usato rimanda alla **temporaneità**, ma se considerate nel loro insieme prevalgono di gran lunga le parole che si rifanno alla sfera della **migrazione**. Seguono poi quelle del **lavoro** e solo a molta distanza le altre.

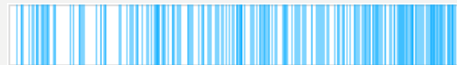
stagionali	706
migranti	585
africani	293
braccianti	259
lavoratori	156
persone	72
immigrati	53
stranieri	51
ragazzi	26
giovani	21
extracomunitari	20
ospiti	20

Temporaneità (**stagionali, ospiti**)

Corriere di Saluzzo



La Nuova Gazzetta di Saluzzo



targatocn.it



Migrazione (**migranti, africani, immigrati, stranieri, extracomunitari**)

Corriere di Saluzzo



La Nuova Gazzetta di Saluzzo



targatocn.it



Lavoro (**braccianti, lavoratori**)

Corriere di Saluzzo



La Nuova Gazzetta di Saluzzo



targatocn.it

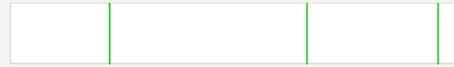


Umanizzazione (**persone**)

Corriere di Saluzzo



La Nuova Gazzetta di Saluzzo



targatocn.it



Gioinezza (**ragazzi, giovani**)

Corriere di Saluzzo



La Nuova Gazzetta di Saluzzo



targatocn.it



# 1

Queste parole non vengono usate sempre con la stessa frequenza nel tempo. Le immagini della pagina precedente sono linee del tempo (da gennaio 2009, a sinistra, a settembre 2022, a destra): ogni linea verticale indica l'uso di una delle parole indicate tra parentesi in quella testata giornalistica.

I termini più usati che rimandano alla **temporaneità** sono distribuiti abbastanza uniformemente nel tempo. Invece, gli ambiti di **migrazione** e **lavoro**, a parte per quest'ultimo in una testata, si compensano a vicenda e rappresentano uno spostamento dell'attenzione così come auspicato dagli enti partner.

**Persone** è poco usato, come d'altronde accade anche a livello nazionale quando si parla di soggetti con background migratorio (vd. il [report 2021 dell'Associazione Carta di Roma](#)) e non mostra un aumento di crescita come sperato. È invece raro, e lievemente in disuso, il lessico che rimanda paternalisticamente alla **giovinezza**.

## PILLOLA PRATICA

Si consiglia di osservare le parole che si usano di più per parlare di persone, luoghi, cose, situazioni: riflettono la sfaccettatura che si vuole mettere a fuoco?

Viene dato loro il giusto significato? Possono avere degli altri significati o sono utilizzate in contesti che non si vogliono attivare in chi ascolta?

Per avere un riscontro, è possibile controllare i termini nei glossari specifici sul tema della migrazione ([Associazione Carta di Roma](#), [Open Migration](#), [European Migration Network](#)), su altri in rete o anche su un vocabolario, per utilizzare termini giuridicamente appropriati.

Nel contesto saluzzese specifico, suggeriamo di prediligere lessico che umanizzi gli individui di cui si parla ("persone") senza cadere nel pietismo ("ragazzi"), o che li identifichi come "lavoratori". Quando non è necessario, conviene evitare di rimandare al background migratorio dei soggetti, perché attiva schemi mentali polarizzati e non è pertinente con le questioni di maggiore attenzione (contratti, rappresentazione sindacale, abitazione...).



# 2

## LA CORNICE CONCETTUALE

[Torna  
all'indice](#)

# 2

Al di là della rappresentazione delle persone come stagionali, migranti, braccianti o altro, i termini che vengono usati per descriverle non sono quasi mai volutamente denigratori.

Se ci spostiamo dal livello delle parole singole a quello della combinazione tra di esse, però, si nota che questi individui sono rappresentati spesso come beneficiari di un servizio, come figure passive per le quali vengono compiute azioni di supporto, e raramente come soggetti attivi che compiono azioni e sono dotati di una propria **agency**, cioè di capacità di agire autonomamente in situazioni specifiche e di prendere proprie decisioni.

Questa è una rappresentazione rischiosa perché, anche se non è volutamente negativa, reitera e propaga un'immagine stereotipata delle persone di cui si parla. È un comportamento comunicativo dal quale mette in guardia anche l'[Associazione Carta di Roma](#), che si occupa dell'informazione corretta sui temi dell'immigrazione a livello nazionale. Nel suo [Report 2021](#) (p. 33) si sottolinea come in certe narrazioni:

*“Non è messa in luce la capacità dei migranti di agire e di prendere decisioni, che sono tratti fondanti degli esseri umani. Il fatto che nelle cornici con un orientamento apparentemente più positivo non traspaia del tutto l'umanità dei migranti deve esortarci alla riflessione: anche con le migliori intenzioni, è possibile inconsciamente contribuire a una rappresentazione, se non stigmatizzante, senz'altro stereotipata dei migranti”.*

La rappresentazione che si propone, anche inconsciamente, dipende dal *frame* che si richiama tramite le parole usate in un testo; il termine inglese *frame* è impiegato in semantica per indicare la cornice concettuale, la schematizzazione di una situazione, di uno stato o di un evento. In altre parole, i termini che usiamo attivano nella mente di chi ascolta o legge degli schemi e delle associazioni precostituiti, che si basano sulla sua esperienza pregressa del mondo. Ciò avviene in maniera implicita: la cornice non viene descritta esplicitamente, ma è richiamata e viene percepita come sottintesa.

Di seguito riportiamo le spie che, nel nostro corpus, segnalano la presenza di una cornice di rappresentazione stereotipata e stigmatizzante dei braccianti di origine africana impiegati nel settore frutticolo saluzzese.



Costantino Marmo (a cura di) (2017), *La semantica dei frame di Charles J. Fillmore. Un'antologia di testi*, Pàtron Editore, Bologna.

Data la complessità del quadro teorico, per un primo approccio si consiglia di affidarsi alla [pagina wikipedia "Frame semantico"](#).



# 2

- **Sostantivi di contorno**

Che sostantivi compaiono più di frequente affiancati ai termini *stagionali*, *migranti*, *africani*, *braccianti* e *lavoratori*, contribuendo a definire la cornice concettuale?

Nella figura sono rappresentati quelli più diffusi, in misura proporzionale al numero di occorrenze, e tra cui si individuano tre gruppi principali.

Il primo gruppo rimanda alla cornice della questione abitativa: *accoglienza*, *campo*, *solidale*, *dormitorio*, *sistemazione*, *accampamento*, *campi*, *sgombero*, *ospitalità*, *alloggiamento*, *diffusa*... L'immagine che portano alla mente di chi legge è legata all'occupazione fisica di spazi pubblici, talvolta abusivamente, talvolta forniti a titolo gratuito o a prezzo vantaggioso.

A questo proposito, è rilevante il caso di **"accoglienza"**, tra i termini più presenti nell'intero corpus (360 occorrenze). Nel contesto saluzzese indica l'atto, il sistema e le strutture riguardanti la fornitura di una soluzione abitativa alle persone che, giunte per cercare lavoro come braccianti nella raccolta della frutta, non possiedono una fissa dimora sul territorio.

Il termine però, in una delle sue accezioni comuni rimanda a "luogo, struttura nei quali si offre una prima ospitalità e assistenza a immigrati; profughi, vittime di catastrofi naturali e simili": tende quindi a risvegliare uno schema mentale legato all'assistenzialismo, all'ospitalità gratuita, oltre a rimandare immediatamente alla cornice del fenomeno migratorio (vd. i glossari di [Associazione Carta di Roma](#), [Open Migration](#), [European Migration Network](#)), che in questo caso è influente.

Il secondo gruppo comprende termini in apparenza neutri, ma che sono deumanizzanti perché vengono comunemente accostati a situazioni problematiche che coinvolgono elementi inanimati: *gestione*, *questione*, *fenomeno*, *problema*, *emergenza*...

Le parole del terzo gruppo richiamano la cornice della rivendicazione dei diritti: *protesta*, *manifestazione*, *rivolta*, *diritti*, *corteo*. È la prospettiva che più di tutte mette in rilievo l'agency dei braccianti o aspiranti tali e li racconta come protagonisti, anche se in posizione oppositiva (loro VS noi).



- **Pochi verbi, ma significativi**



Nei giornali italiani, i titoli degli articoli sono spesso nominali, cioè privi di predicato verbale. Inoltre, una delle tecniche di riduzione della frase tipica di questo stile testuale prevede l'eliminazione dell'ausiliare in caso di forme verbali composte.

Il nostro corpus si allinea a queste tendenze: i verbi riscontrati sono relativamente pochi e le forme composte sono ridotte al solo participio passato. Tuttavia, quelli che ci sono contribuiscono notevolmente a dare una cornice concettuale a tutto il titolo. Le due nuvole di parole seguenti raggruppano i verbi che compaiono immediatamente dopo alle parole *stagionali*, *migranti*, *africani*, *braccianti* e *lavoratori* nel corpus.

La prima nuvola riguarda i verbi alla forma attiva, in cui la persona (*stagionali*, *migranti*, *africani*, *braccianti*, *lavoratori*) fa un'azione, è protagonista. Come succedeva per i sostantivi, un gruppo rimanda alla questione abitativa (*accampati*, *occupano*, *dormono*, *attendono*, *bivaccano*, *stanno dormendo*). Un altro gruppo restituisce la rappresentazione di una massa in movimento (*restano*, *arrivano*, *tornano*, *arrivati*, *disperdetevi*, *rimarranno*, *vanno*, *rientrano*). Altri verbi, invece, danno un inquadramento degli individui come dotati di una propria agency (*cercano*, *trovano*, *cominciano*, *hanno cercato*, *hanno trovato*, *chiederanno*, *forzano*, *protestano*, *rivendicano*, *chiedono*, *accettano*, *denunciano*...).



I verbi della seconda nuvola sono alla forma passiva (con omissione dell'ausiliare): *stagionali*, *migranti*, *africani*, *braccianti*, *lavoratori* subiscono un'azione svolta da qualcun altro, da un'entità non specificata, e sono inevitabilmente rappresentati come privi di agency. Spesso, i verbi suggeriscono la presenza di una massa che viene gestita da un'entità esterna nel suo rapporto con lo spazio: *accolti*, *ospitati*, *trasferiti*, *sgomberati*, *alloggiati*, *allontanati*, *distribuiti*, *affidati*, *parcheggiati*, *fermati*, *gestiti*, *ridistribuiti*, *sfrattati*, *sistemati*. Inoltre, alcuni di essi nel linguaggio comune sono utilizzati per parlare di oggetti, non di persone. Altri verbi rappresentano le persone come deresponsabilizzate (*registrati*, *controllati*) o come vittime (*sfruttati*, *discriminati*, *lasciati*, *sobillati*, *trascurati*, *esclusi*, *pizzicati*, *sottopagati*).

# 2

## PILLOLA PRATICA

Quando si parla dei braccianti nel Saluzzese e delle questioni a loro connesse, conviene prestare attenzione alla cornice in cui si inserisce l'informazione. Le parole scelte e le loro combinazioni trasmettono uno specifico punto di vista, anche senza che chi scrive o parla se ne renda conto. Per questo è fondamentale controllare che quel punto di vista corrisponda a ciò che si vuole comunicare.

Gli argomenti messi a fuoco (la questione abitativa, la migrazione...) sono veramente ciò che si vuole mettere in rilievo? È preferibile evitare parole stereotipate e fuorvianti (es. "accoglienza") rispetto al messaggio che si vuole trasmettere.

Che ruolo hanno le persone coinvolte? Alcune costruzioni, nomi e verbi contribuiscono alla loro rappresentazione come vittime, figure passive e deresponsabilizzate, masse inanimate o entità deumanizzate. Isolando i sostantivi e i verbi che si impiegano abitualmente ci si può interrogare sul loro uso: in altri contesti, verrebbero associati a oggetti o a esseri umani privi di completa capacità di azione (es. bambini)? In questo caso, si consiglia di evitarli e sostituirli.

Si può restituire agency ai protagonisti mettendo in primo piano le loro azioni. In particolare, si può ottenere ciò dando rilievo a loro decisioni e comportamenti che non riguardino solo la contrapposizione del tipo noi/loro, ma che gettino luce sulla collaborazione e il dialogo tra le parti.



Per approfondimenti sul tema del discorso implicito (in questo caso, volontario), si rimanda a: Edoardo Lombardi Vallauri (2019), *La lingua disonesta. Contenuti impliciti e strategie di persuasione*, Il Mulino, Bologna.

Per conoscere le dinamiche del linguaggio d'odio, più o meno consapevole, verso le persone con background migratorio (e non solo), e per alcune strategie difensive, si consigliano:

Federico Faloppa (2020), *#Odio. Manuale di resistenza alla violenza delle parole*, UTET, Torino.

Caterina Ferrini, Orlando Paris (2019), *I discorsi dell'odio. Razzismo e retoriche xenofobe sui social network*, Carocci editore, Roma.

# 3

## DARE VOCE E IDENTITÀ

[Torna  
all'indice](#)

Nel corso della ricerca, abbiamo incontrato in tre occasioni alcuni membri della cittadinanza saluzzese che, per le loro caratteristiche, sono paragonabili al target che gli enti partner vogliono raggiungere con la propria comunicazione. In tutti gli incontri è emersa la stessa osservazione: i/le partecipanti hanno lamentato la mancanza di occasioni di contatto con i protagonisti del fenomeno discusso, cioè i braccianti o aspiranti tali. La mediazione di diverse organizzazioni che si frappongono tra cittadinanza locale e braccianti, nonostante sia riconosciuta come importante, viene vissuta con una diffusa insofferenza perché impedisce di sentire la **voce diretta** delle persone protagoniste.

Se favorire occasioni di incontro tra le due parti è molto complesso, si può perlomeno provare a impostare la propria comunicazione in modo da restituire maggiormente la voce ai lavoratori impiegati in frutticoltura. Dal confronto con operatrici e operatori degli enti è emersa questa volontà, accompagnata però dalla difficoltà di decidere quando è opportuno tutelare la privacy delle persone e quando invece è possibile dare loro un volto e fare da cassa di risonanza alle loro parole.

Nei titoli di giornale del corpus, i braccianti sono rappresentati quasi sempre come una massa indistinta; si fatica a rintracciare rappresentazioni che restituiscano la loro individualità. Più in dettaglio:

- I termini per definirli sono quasi sempre al **plurale**: 706 "stagionali", 45 "stagionale"; 585 "migranti", 63 "migrante"; 293 "africani", 18 "africano"; 259 "braccianti", 10 "bracciante"; 156 "lavoratori", 9 "lavoratore"; 72 "persone", 4 "persona" e così via.
- I titoli in cui si parla di un **gruppo specifico** e di dimensioni ridotte (meno di 10 persone) sono **33** su 2362.

◀ ACCOGLIENZA "LAICA" E ANTIRAZZISTA PER 7 STRANIERI NELL'EX CASELLO ▶

Costigliole, integrazione da copiare

- I titoli in cui si parla di **un lavoratore solo** o di qualche fatto che lo riguarda, senza indicarne il nome proprio, sono **63** su 2362.

Migrante presunto malato di Tbc a Saluzzo, la Lega Nord chiede sicurezza per i cittadini



- I titoli in cui è riportato il **nome proprio** di un bracciante o aspirante tale sono **20** su 2362. In tutti i casi tranne uno è riportato solo il nome, privo di cognome. Inoltre, quasi la metà delle occorrenze (9 su 20) riguarda una persona condannata per caporalato il cui nome è incorporato nella titolazione del processo, fatto che ne aumenta le occorrenze.

**STAGIONALE E CICLISTA VOLONTARIO**  
**«Issa da una mano con le bici»**

- I titoli in cui è riportato un **virgolettato** attribuito a un bracciante (o a un gruppo di braccianti) sono **16** su 2362.

**IL RACCONTO DEI RAGAZZI**  
 «Lasciamo il nostro numero di telefono nei frutteti e aspettiamo una chiamata»

### **PILLOLA PRATICA**

Si consiglia di provare a inserire nella narrazione il punto di vista delle persone al centro del fenomeno.

Come operatore o operatrice, le si può coinvolgere singolarmente o con un focus group (vd. i prossimi punti per approfondire) per avere la loro opinione sui temi da comunicare. Come giornalista, si può creare un contatto con alcuni interlocutori privilegiati e intervistali.

Nei prodotti comunicativi, si suggerisce di fornire un'identità ai protagonisti, non usando termini generici e plurali, ma sforzandosi di raccogliere pareri singoli e indicando la fonte. Quando non si vogliono inserire nome e cognome per tutelare la privacy, si possono adottare soluzioni alternative come nomi di fantasia o iniziali puntate.

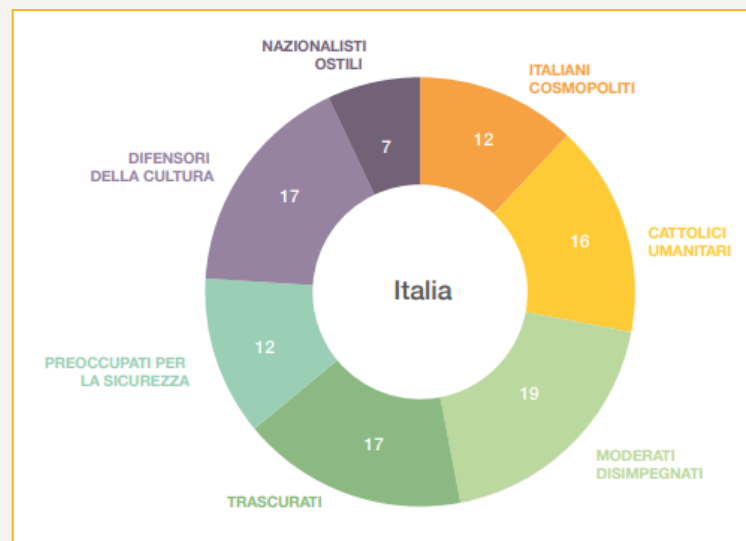
# 4

## COMUNICARE: A CHI E QUANDO

Torna  
all'indice

I punti 1, 2 e 3 hanno riguardato gli aspetti strettamente linguistici del messaggio che si vuole comunicare. Ma, per rendere efficace la propria comunicazione, è anche necessario capire a che target rivolgersi e tramite che canali raggiungerlo: possono essere gruppi specifici di persone o un pubblico generico. In quest'ultimo caso, si può valutare la possibilità di rivolgersi al **centro fluido** (guarda il [video](#)), cioè a quel gruppo di persone che non ha un parere forte sulla migrazione e non è particolarmente favorevole o contrario,

Secondo il [report di IPSOS-More in Common](#) del 2018 (da cui è tratto il grafico), in Italia le persone appartenenti al centro fluido (o segmenti intermedi: "preoccupati per la sicurezza", "trascurati" e "moderati disimpegnati") sul tema della migrazione sono ben il 48% della popolazione. Si tratta quindi di un bacino di potenziali destinatari piuttosto ampio.

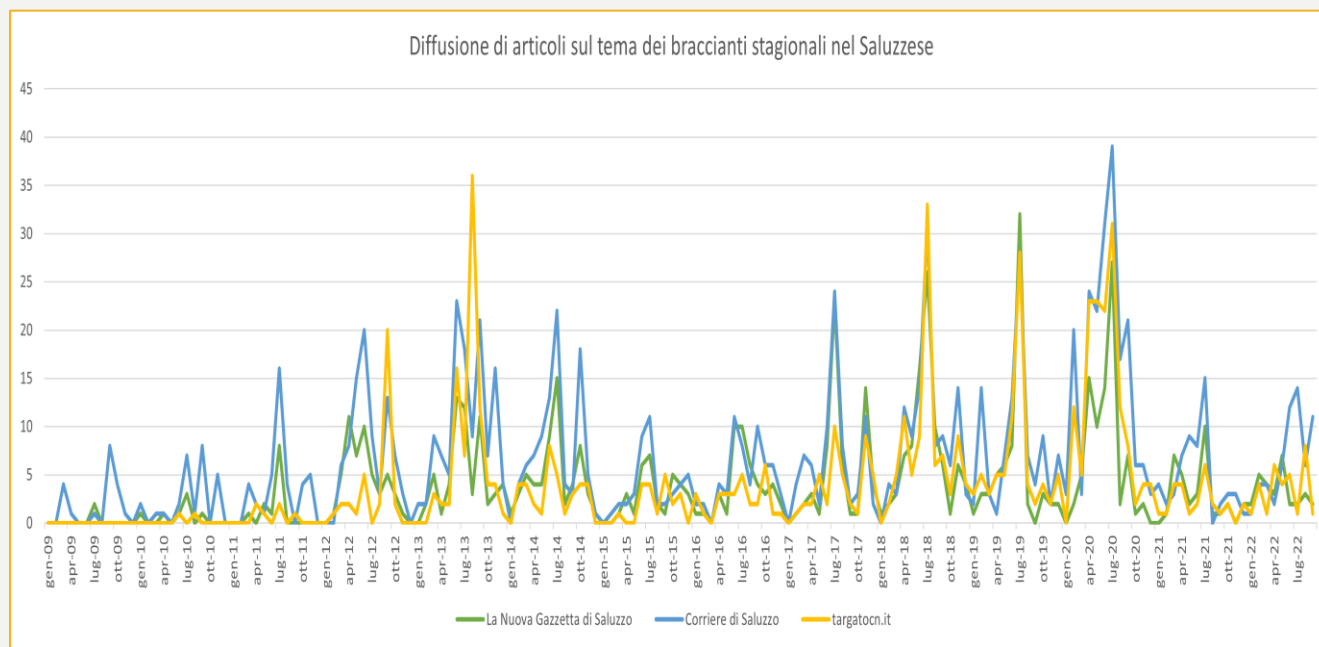


## PILLOLA PRATICA

Rivolgersi al centro fluido può essere strategico, perché permette di portare i propri argomenti a persone che non li rifiuteranno a priori, come farebbero i segmenti contrari estremi, ma al contempo di uscire dalla "bolla" di persone che la pensano già come te.

Nel contesto saluzzese, la nostra ricerca ha fatto emergere che il centro fluido, per quanto riguarda il piano locale, si informa prevalentemente tramite le due testate giornalistiche cartacee saluzzesi (*La Nuova Gazzetta di Saluzzo* e *Corriere di Saluzzo*) e tramite i giornali online provinciali (il più letto è *targatocn.it*). Altri canali di informazione sono il passaparola e i gruppi Facebook, che ripropongono a loro volta articoli di giornale e riflessioni personali dei partecipanti.

Tutti gli anni, i giornali locali si concentrano sul tema dei braccianti e aspiranti tali in alcuni periodi dell'anno più che in altri. Soprattutto, nel mese di luglio (apertura dei luoghi destinati all'alloggio) e con un secondo picco verso ottobre (chiusura degli stessi).



## PILLOLA PRATICA

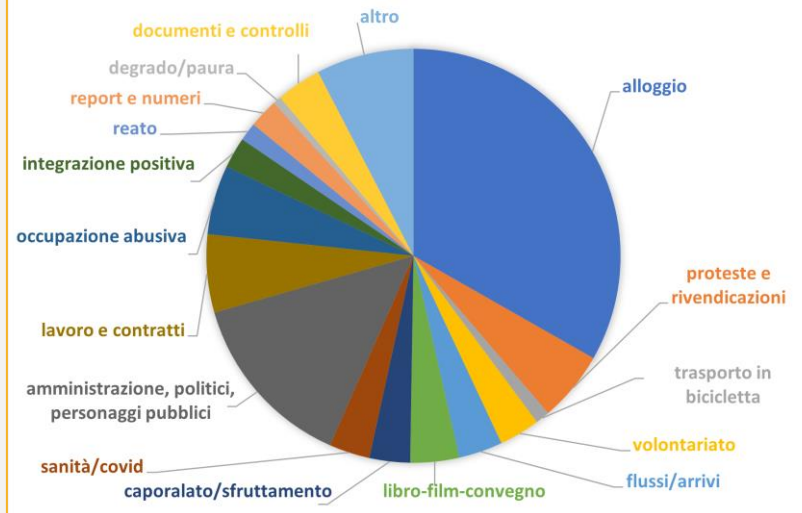
Per dare rilevanza ai temi che si vogliono comunicare, senza immergerli nel clima di emergenza tipico dei picchi del grafico, si possono scegliere i periodi dell'anno in cui la situazione è più calma dal punto di vista mediatico per fare uscire i propri messaggi.

# 5

## COMUNICARE: COSA

Torna  
all'indice

## ARGOMENTI DEI TITOLI DI GIORNALE



Di che cosa parlare?

Il fenomeno di cui ci occupiamo è ricco di sfaccettature e aspetti, e ogni ente o persona che costruisce un messaggio a riguardo ha interesse a metterne in luce alcuni e non altri. Dal 2009 a oggi, i giornali esaminati hanno parlato prevalentemente della questione alloggiativa o hanno riportato dibattiti e interventi riguardanti soprattutto le amministrazioni locali.

## PILLOLA PRATICA

È consigliabile non dare per scontato di sapere quali siano gli aspetti del fenomeno che interessano al target. I pilastri dell'[approccio di riformulazione](#), messo a punto dall'ICPA (International Centre for Policy Advocacy) e [tradotto in italiano da Never Alone Initiative e Social Change Initiative](#), guidano in questa operazione e suggeriscono di non insistere sempre sugli stessi temi, soprattutto se sono divisivi.

Piuttosto, si possono esplorare i potenziali contenuti in linea con l'operato del proprio ente e individuare quelli che incontrano gli interessi e i valori del target da raggiungere, per trovare temi condivisi e un terreno comune di dialogo.

Per ampliare il discorso della riformulazione della narrazione, si suggerisce di esplorare il toolkit messo a punto dall'ICPA, che comprende [12 chiavi](#) in cui si riassumono le lezioni fondamentali per la riformulazione del dibattito sulla migrazione.

## PILLOLA PRATICA

L'approccio di riformulazione richiede di capire i valori e gli schemi di lettura del pubblico a cui si vuole parlare, e per conoscere questi aspetti si possono organizzare dei *focus group*. Si tratta di una tecnica presa a prestito dalla sociologia e consiste semplicemente in una discussione guidata con un gruppo scelto di partecipanti, che si confronta su un certo tema e produce conoscenza, rispondendo agli stimoli proposti da chi conduce la ricerca. Si può preparare una scaletta, invitare alcune persone che fanno parte del target e discutere con loro senza pregiudizi, per capire quali siano i temi e i valori su cui si concorda. A partire da qui, si può costruire la propria comunicazione futura.

Nella nostra ricerca, il confronto con rappresentanti del pubblico desiderato (membri del centro fluido) è avvenuto tramite tre focus group. Questi incontri sono stati fondamentali per capire molti aspetti che possono guidare una futura riformulazione della narrazione del fenomeno saluzzese in esame, come i canali d'informazione attraverso cui raggiungere il target e quali fossero i temi più o meno conosciuti. Soprattutto, abbiamo potuto intercettare un'esigenza comune ai tre segmenti: poter avere accesso a una conoscenza più diretta delle persone impiegate come braccianti in frutticoltura.



Il punto 3 della guida può rispondere a questa richiesta, a dimostrazione di come la ricerca linguistica e l'approccio di riformulazione possano integrarsi a vicenda nel comune obiettivo di rendere la propria comunicazione più consapevole ed efficace.



Annalisa Frisina (2010), *Focus group. Una guida pratica*, Il Mulino, Bologna.

Questa guida è stata realizzata nell'ambito del **progetto di ricerca** "Ubuntu: aspetti linguistici dell'integrazione dei lavoratori migranti nel Saluzzese", tramite un assegno di ricerca cofinanziato dal Dipartimento di Studi Umanistici dell'Università di Torino e dal Comune di Saluzzo. La guida è stata prodotta da Sara Racca (sara.racca@unito.it), che ha condotto la ricerca sotto la supervisione del responsabile scientifico Matteo Rivoira.

Nell'ambito del bando *Territori Inclusivi*, hanno partecipato all'ideazione e alla revisione della guida le operatrici e gli operatori degli **enti partner** del progetto "Ubuntu – *Io sono perché noi siamo*": Comune di Saluzzo, Caritas Diocesana di Saluzzo, Consorzio Monviso Solidale.

Nella guida sono presentati dati provenienti da un **corpus** testuale originale composto da titoli di articoli di giornale tratti dalle testate *La Nuova Gazzetta di Saluzzo*, *Corriere di Saluzzo*, *targatocn.it*. Per la sua analisi, è stato utilizzato il software [AntConc 4.0](#); le *word clouds* sono realizzate con [Word Art](#).

In queste pagine sono citati **dati e informazioni** tratti da: [report 2018 "Un'Italia frammentata"](#), [IPSOS-More in Common](#), [report 2021 "Notizie ai Margini"](#), [Associazione Carta di Roma](#), [Narrativechange \(ICPA\)](#), [Open Migration](#), [European Migration Network](#), [vocabolario online Treccani](#), [Wikipedia](#). La citazione puntuale è sempre fornita di link che consente la ricostruzione della fonte. Quando non diversamente indicato, i dati e le informazioni sono originali di questa ricerca.

Si ringraziano per la partecipazione ai **focus group** la Protezione Civile e il Soccorso Radio Saluzzo, il circolo ACLI Centro Anziani Famija Saluseisa, il Gruppo FAI Giovani di Saluzzo.



Città di Saluzzo



Con il sostegno di



Fondazione  
Compagnia  
di San Paolo



FONDAZIONE CRC