



A cura di Marina Villa

Migrazioni e comunicazione politica

Le elezioni regionali 2018 tra vecchi
e nuovi media



Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



La *Collana ISMU* raccoglie testi che affrontano, con un approccio interdisciplinare, tematiche relative alle migrazioni internazionali e, più in generale, ai processi di mutamento socio-culturale.

Essa, oltre a presentare volumi che espongono i risultati dei progetti realizzati nell'ambito della Fondazione ISMU – Iniziative e Studi sulla Multietnicità – ospita lavori che si distinguono per l'attualità e la rilevanza dei temi trattati, lo spessore teorico e il rigore metodologico.

Tutti i testi sono preventivamente sottoposti a referaggio anonimo.

Direttore Vincenzo Cesareo

Comitato di consulenza scientifica Maurizio Ambrosini, Natale Ammaturo, Marzio Barbagli, Fabio Berti, Elena Besozzi, Rita Bichi, Gian Carlo Blangiardo, Francesco Botturi, Raffaele Bracalenti, Marco Caselli, Ennio Codini, Michele Colasanto, Enzo Colombo, Maddalena Colombo, Vittorio Cotesta, Carlo Devillanova, Roberto De Vita, Giacomo Di Gennaro, Alessandra Facchi, Patrizia Farina, Alberto Gasparini, Mario Giacomarra, Graziella Giovannini, Francesco Lazzari, Marco Lombardi, Fabio Massimo Lo Verde, Giuseppe Mantovani, Antonio Marazzi, Alberto Martinelli, Alberto Merler, Giuseppe Moro, Bruno Nascimbene, Nicola Pasini, Gabriele Pollini, Emilio Reyneri, Luisa Ribolzi, Mariagrazia Santagati, Giuseppe Sciortino, Salvatore Strozza, Alberto Tarozzi, Mara Tognetti Bordogna, Antonio Tosi, Giovanni Giulio Valtolina, Laura Zanfrini, Paolo Zurla.

Coordinamento Editoriale Elena Bosetti, Francesca Locatelli



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: *www.francoangeli.it* e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

A cura di Marina Villa

**Migrazioni
e comunicazione politica**
Le elezioni regionali 2018 tra vecchi
e nuovi media

FrancoAngeli

La pubblicazione del volume ha ricevuto il contributo finanziario dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, tramite i suoi programmi di promozione e diffusione della ricerca scientifica e nell'ambito del progetto di ricerca di interesse d'Ateneo "Migrations/Mediations. Arts and Communication as resources for intercultural dialogue".

Immagine di copertina di Elena Farina, per gentile concessione

Progetto grafico di copertina di Giusti Eventi Comunicazione

Copyright © 2019 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Prefazione , di <i>Vincenzo Cesareo</i>	pag.	9
Introduzione , di <i>Marina Villa</i>	»	13
1. I programmi e i risultati delle elezioni regionali: l'immigrazione al centro? , di <i>Nicola Pasini e Marta Regalia</i>	»	17
1. Introduzione	»	17
2. L'immigrazione nei programmi elettorali regionali: dal 2010 al 2018	»	18
3. I risultati della competizione elettorale	»	22
4. Considerazioni conclusive: immigrazione, un tema sempre più al centro della politica	»	25
2. Gli italiani alle urne: immigrazione e voto a estrema destra in Lazio e Lombardia , di <i>Pierre Georges Van Wolleghem</i>	»	29
1. Introduzione	»	29
2. I confini dell'estrema destra	»	30
3. L'Italia, l'immigrazione e i migranti	»	33
4. Le elezioni	»	35
5. Conclusioni	»	43
3. Immigrazione e strategie di coverage della stampa locale , di <i>Paolo Carelli</i>	»	45
1. Rilevanza e limiti dell'informazione politica locale	»	45
2. Obiettivi e metodologia	»	46
3. Lombardia: le "piccole patrie" non comunicanti	»	48
4. Lazio: il peso dell'identità politica e territoriale	»	53
5. Conclusioni	»	58

4. Visto (poco) in Tv: i candidati regionali alle prese con l'immigrazione , di <i>Massimo Scaglioni e Anna Sfardini</i>	pag.	61
1. Una premessa: il ruolo della Tv nelle elezioni 2018	»	61
2. Il nesso immigrazione/candidati regionali nei telegiornali nazionali e nelle edizioni regionali	»	63
3. Chi segue la campagna elettorale regionale in Tv?	»	68
4. Conclusioni. Nel locale una Tv fuori servizio	»	71
5. Strategie di discorso sull'immigrazione: analisi delle pagine Facebook di candidati e liste , di <i>Maria Francesca Murru e Paolo Carelli</i>	»	73
1. Il discorso politico e la sua dimensione performativa	»	73
2. Strategie di framing	»	74
3. Facebook e l'immigrazione: tempi e modi di discorsivizzazione	»	76
4. L'immigrazione tra sicurezza ed etica: frame primari e collaterali	»	82
5. Conclusioni	»	90
Appendice	»	91
6. L'immigrazione come racconto corale: la campagna elettorale su Facebook , di <i>Nicoletta Vittadini</i>	»	93
1. Polifonie e reti nella comunicazione dei candidati su Facebook	»	93
2. La comunicazione <i>top down</i> : le deleghe comunicative tra candidati e liste	»	95
3. La comunicazione <i>bottom up</i> : narrazioni e contro-narrazioni nei commenti	»	99
4. Conclusioni	»	103
7. La campagna elettorale su Twitter: l'immigrazione tra confronto di <i>policy</i> e battaglie culturali , di <i>Vittorio Cobianchi e Marina Villa</i>	»	105
1. Twitter nella campagna dei candidati alle Regionali	»	105
2. I tweet dei candidati e delle liste	»	109
3. I tweet sulla campagna elettorale e sui candidati	»	115
4. Le reti intorno ai candidati: i <i>retweet</i> e le fonti	»	118
5. Conclusioni	»	123
8. L'esplorazione del lessico della campagna elettorale su Facebook e su Twitter , di <i>Giulia Borsetto e Vittorio Cobianchi</i>	»	127
1. Introduzione	»	127

2. Metodologia: l'analisi testuale computerizzata	pag.	128
3. Il corpus di analisi	»	129
4. I piani argomentativi: Facebook	»	129
5. La regione Lazio su Facebook	»	138
6. Twitter	»	145
7. L'utilizzo di <i>hate speech</i> nei confronti del genere femminile su Facebook: tra linguaggio d'odio e politica	»	149
8. Conclusioni	»	153
Dal posizionamento politico ai modi di presenza sociale: la questione migratoria come sintomo. Un dialogo tra <i>Ruggero Eugeni</i> e <i>Nicola Pasini</i>	»	155
Riferimenti bibliografici	»	163
Gli autori	»	171

Prefazione

La ricerca che viene presentata in questo volume, relativa alle elezioni regionali in Lombardia e in Lazio con specifica attenzione al tema immigrazione, costituisce un importante contributo scientifico da parte di esperti in un'ottica interdisciplinare, al fine di comprendere un fenomeno sociale sempre più importante e che è entrato nelle agende politiche dei governi a vari livelli istituzionali. Il contributo originale offerto, che viene qui discusso, è rappresentato dallo studio non solo del comportamento di partiti ed elettori in relazione alla questione "immigrazione", ma anche della comunicazione pubblica su questo argomento – prodotta sia dagli attori politici in campo, sia dai cittadini, che, grazie alle possibilità offerte dal web 2.0 e dai nuovi strumenti tecnologici, possono reagire, interagire e commentare in tempo reale ciò che accade. Si tratta pertanto di un contributo prezioso per leggere l'attuale congiuntura storica. Fondere la prospettiva politologica "classica", volta ad analizzare i comportamenti elettorali in relazione a una *issue* specifica, con lo studio dei contenuti della comunicazione e degli stili comunicativi odierni, appare quanto mai necessario proprio con riferimento alla "questione immigrazione": mai come in questi ultimi anni, infatti, essa è assunta a una delle questioni principali dell'Unione Europea e dei singoli paesi costitutivi di essa, in grado forse di deciderne il destino politico, ma anche valoriale e identitario.

Le diverse analisi presentate nel volume hanno il merito di trattare una questione di rilevanza globale approfondendola a livello locale, avendo presente il ruolo che le peculiarità dei singoli contesti regionali giocano nel determinare esiti elettorali e risultati politici. Tuttavia, è bene ricordare come anche le dinamiche particolari di due regioni importanti come la Lombardia e il Lazio non possono che inserirsi in un contesto più ampio – quello italiano – entro il quale è andato sviluppandosi un dibattito pubblico sul fenomeno migratorio, che ha assunto toni sempre più accesi ed esasperati proprio nel quadro della campagna elettorale svoltasi in occasione delle elezioni politiche del 4 marzo 2018. A tal proposito, è opportuno soffermarsi sulle ragioni della significativa ampiezza del "delta" tra *percezione* e *realtà* dell'immigrazione rilevabile nell'opinione

pubblica italiana, che si traduce in una quantificazione notevolmente distorta della presenza straniera nel nostro paese. L'indagine condotta dall'Istituto Cattaneo (2018) evidenzia come l'Italia risulti essere il paese con la percezione più alterata del fenomeno migratorio rispetto a tutti gli altri paesi dell'Unione Europea. Ciò è ampiamente confermato anche dal confronto fra i dati rilevati da Eurostat (2018), sulla reale presenza di stranieri immigrati nei paesi UE, e i dati rilevati da Eurobarometro (2018) sulla percezione di tale presenza. In Italia il divario tra quantità reale e realtà percepita è di ben 17,4 punti percentuali, risultando così il più alto tra tutti i paesi europei.

Forse, alla luce dei risultati della ricerca qui presentata, tali dati non dovrebbero sorprenderci. Infatti, il *gap* tra realtà e percezioni appare in larga parte attribuibile alla spesso non corretta comunicazione del fenomeno migratorio. Se è vero infatti che il forte aumento di arrivi regolari e irregolari nel nostro paese è avvenuto in tempi relativamente brevi – il che ha contribuito a diffondere e consolidare la percezione di una “invasione” – è indubitabilmente riscontrabile un’elevata “distorsione comunicativa” in merito all’immigrazione, efficacemente utilizzata da alcuni degli attori politici in campo. Nel corso del 2018, una efficace e martellante propaganda, finalizzata ad accrescere la paura tra i cittadini per fini elettorali, descrivendo gli immigrati come pericolosi, ha avuto il risultato di amplificare la percezione della quantità di immigrati giunti nel nostro paese. Ciò ha portato al paradosso per cui la narrazione pessimistica, se non addirittura “cattivista”, dell’immigrazione ha riscosso più successo proprio nell’anno in cui si è registrato il più forte calo degli sbarchi avvenuti sulle nostre coste da alcuni anni a questa parte.

Appare dunque fondamentale indagare le dinamiche della comunicazione contemporanea, tali per cui un tema così complesso e dai molteplici risvolti come quello dell’immigrazione, è stato facilmente sottoposto a semplificazioni, strumentalizzazioni e drammatizzazioni nella comunicazione politica che ne è stata fatta. Occorre infatti sottolineare che tale comunicazione non è solo prodotta dai tradizionali attori sulla scena (i politici in televisione) e semplicemente fruita dai cittadini, ma è anche influenzata e plasmata dai processi tramite i quali gli elettori si informano e interagiscono sui canali dei *social media*, in un’era in cui la “dieta mediatica” delle persone avviene secondo modalità “self-service”. Alla luce di ciò, questo volume si configura come uno strumento particolarmente utile per leggere tendenze che attraversano nel profondo le nostre società, determinandone il futuro e incidendo nel grado di coesione interna di queste. Di qui il ruolo decisamente rilevante che i mezzi di comunicazione – non solo tradizionali ma anche e soprattutto nuovi – possono svolgere per ridurre la preoccupante distanza tra realtà e percezione, nella consapevolezza che una *corretta* comunicazione può contribuire a elaborare e

diffondere una *corretta* cultura delle migrazioni. Sotto questo profilo, anche i risultati dello studio qui illustrato richiamano la nostra attenzione sui nodi così cruciali del rapporto tra realtà e percezioni e dell'intreccio tra politica e comunicazione. L'auspicio è che, sulla base di quanto emerso da questa ricerca, si possano gettare le basi per ulteriori approfondimenti finalizzati anch'essi a consolidare una valida cultura delle migrazioni.

Vincenzo Cesareo

Professore Emerito di Sociologia - Università Cattolica del Sacro Cuore
Segretario Generale, Fondazione ISMU
Iniziative e Studi sulla Multiethnicità

Introduzione

Marina Villa

L'immigrazione è stata, negli ultimi anni, al centro delle preoccupazioni dei cittadini e dell'agenda politica (Bordignon, 2018; Ortensi *et al.*, 2018), ed è diventata un tema ricorrente nella comunicazione dei partiti politici italiani e nell'informazione¹. In questo volume vogliamo capire qual è l'incidenza del tema immigrazione nella comunicazione politica su scala regionale: un tema che è stato studiato fino ad ora prevalentemente in ambito nazionale, ma che riguarda anche le *policies* legate al territorio e le decisioni sia degli enti locali sia delle Regioni, che su alcune politiche possono dire la loro, spesso in contrasto con gli orientamenti di carattere nazionale. Per questo motivo la Fondazione ISMU e l'Università Cattolica (Dipartimento di Scienze della comunicazione e dello spettacolo) hanno studiato la rappresentazione dei fenomeni migratori durante la campagna elettorale 2018 in Lazio e in Lombardia, con un lavoro che si inserisce nella più ampia ricerca "Migrations/Mediations. Arts and Communication as resources for intercultural dialogue", finanziata dall'Università Cattolica del Sacro Cuore quale ricerca di interesse di Ateneo.

In questo volume ci occupiamo, quindi, di immigrazione intesa in senso lato – le migrazioni, il razzismo, il rapporto con lo straniero – e con un'ottica multi e interdisciplinare: non solo accostando prospettive di studio diverse (l'ambito politologico da un lato e quello di sociologia della comunicazione e di analisi dei media dall'altro), ma favorendo un dialogo e un arricchimento reciproco tra le discipline. Per questo motivo gli autori dei capitoli – ricercatori di scienza politica, sociologia dei media e della comunicazione, analisi del linguaggio, statistica, data analysis, semiotica – nel corso della ricerca hanno avuto momenti di confronto continui. E le conclusioni rispecchiano la forma dialogica di tutto il lavoro.

Le domande a cui vogliamo rispondere sono espressione di un confronto tra saperi che si è svolto nel corso degli ultimi mesi attraverso seminari di studio.

¹ Cfr. Fondazione ISMU, 2019; Binotto, Bruno, Lai, 2017; Associazione Carta di Roma, 2018.

- Come viene trattato l'argomento immigrazione nei programmi dei candidati presidenti e delle liste che li sostengono? Quanto esso può incidere sulle strategie di posizionamento dei candidati e come può essere collegato al voto?
- Quanto "pesa" il tema dell'immigrazione nella campagna degli aspiranti presidenti sui social media e sui media tradizionali? Quali sono i *frame* utilizzati per parlarne? Con quali argomentazioni e con quale linguaggio è proposto?
- Infine, quanta risonanza ha nei media questa comunicazione elettorale dei candidati presidenti sul tema immigrazione?

La scelta di studiare la campagna elettorale regionale in Lombardia e in Lazio, che pure si è svolta in corrispondenza di quella nazionale, ha diverse motivazioni. 1) I candidati presidenti sono eletti direttamente dai cittadini elettori e per questo sono impegnati in prima persona nella competizione: rispetto alle elezioni nazionali, il confronto è più personalizzato, in parte meno legato ai partiti che sostengono il candidato; l'attività di campagna punta a un contatto più stretto con il territorio. 2) Nelle elezioni Regionali tale rapporto costante con il territorio consente di studiare la dinamica tra campagna "sul campo" e campagna attraverso i media, caratteristica dei nuovi strumenti di comunicazione. 3) Le due Regioni sono caratterizzate da aspetti di politics alternativi tra loro: mentre, in Lombardia, dal 1995 siamo di fronte a una continuità politica dal punto di vista della coalizione che sostiene il presidente, il Lazio è al contrario caratterizzato da un'alternanza regolare tra coalizioni alternative. Interessante è cercare di capire quali sono le politiche rivolte agli immigrati in un contesto di continuità di colore politico rispetto a un altro dove invece la dimensione della 'politica' può significare politiche pubbliche diverse (Pasini, 2011). 4) Lo spazio della competizione regionale è sufficientemente piccolo per analizzare in profondità la copertura della campagna nei diversi media e l'attività di tanti candidati, ma abbastanza grande per studiare temi che hanno un rilievo locale e nazionale, come l'immigrazione.

Infine, se la concomitanza con le elezioni politiche può avere in parte "oscurato" la competizione regionale, essa ha anche rappresentato una sfida per la comunicazione dei candidati presidenti: prima di tutto c'era la necessità di farsi notare nel "rumore" prodotto dalla comunicazione dei leader e dei partiti nazionali, di posizionarsi in modo chiaro e, come sempre, di raggiungere tante persone con mezzi relativamente poveri². In secondo luogo, non si poteva non tenere conto del confronto politico-

² Abbiamo scelto come periodo di analisi il mese della campagna ufficiale, perché in esso i soggetti politici intensificano la comunicazione e i cittadini si espongono più frequentemente ad essa.

mediatico nazionale, in cui l'immigrazione è diventato un tema centrale e di forte impatto, e del clima di incertezza che ha caratterizzato la competizione nazionale.

Le elezioni in Italia sono sempre più caratterizzate da campagne "ibride", che vedono l'integrazione di logiche medialità tradizionali e logiche dei nuovi media (Chadwick, 2013; Bracciale, Cepernich, 2018). I social media sono stati importanti in questa campagna regionale, in cui il rimando tra territorio-nuovi media-media tradizionali è stato continuo e ha accelerato alcuni fenomeni già studiati nelle campagne nazionali, come la personalizzazione della comunicazione e la disintermediazione. Per questo motivo la campagna elettorale dei candidati presidenti e dei partiti a essi collegati viene qui studiata attraverso media differenti (quelli che i candidati stessi hanno maggiormente valorizzato nella loro comunicazione): stampa, televisione, Facebook, Twitter. E si tiene conto, per quanto riguarda i social media, del contributo al dibattito sull'immigrazione dato dagli utenti in una dimensione dialogica: nei commenti ai post dei candidati, nella discussione attorno agli hashtag.

Il risultato è una lettura in profondità della comunicazione sull'immigrazione, che tiene conto dell'intermedialità e dell'interattività, dimensioni sempre più importanti nelle campagne elettorali.

Nel primo capitolo Nicola Pasini e Marta Regalia esaminano l'evoluzione del voto nelle due Regioni e i programmi elettorali dei candidati presidenti, con uno sguardo alle precedenti competizioni regionali, dal 2010 al 2015. L'immigrazione viene individuata come un tema centrale, collegato al posizionamento dei partiti politici e con un forte potere "strutturante".

Nel secondo capitolo Pierre Georges Van Wolleghem mette in relazione l'effettivo aumento della popolazione straniera nelle due Regioni e il successo dei partiti di estrema destra. In una prospettiva di lungo periodo, c'è una differenza tra le due Regioni: in Lombardia è chiara la relazione tra l'aumento dei risultati elettorali conseguiti dall'estrema destra e l'aumento della popolazione straniera, mentre non è così in Lazio.

Seguono due capitoli sulla copertura dei media tradizionali. Paolo Carrelli analizza la rilevanza e le modalità di copertura e di rappresentazione dell'immigrazione nei quotidiani provinciali e nelle pagine locali dei giornali nazionali. La stampa si è rivelata importante nella competizione sul territorio regionale e il tema dell'immigrazione pare essere stato sollecitato più dai giornalisti che dai candidati, diventando uno strumento delle testate per orientare la sovrapposizione tra dimensione nazionale e dimensione locale. Massimo Scaglioni e Anna Sfardini nel capitolo 4 si occupano della televisione elettorale e del pubblico delle trasmissioni in cui sono intervenuti i candidati presidenti, individuando le *issues* che, colle-

gate ai candidati regionali, sono diventate notiziabili e, quindi, visibili per gli spettatori-elettori.

Questo volume ha voluto dare uno spazio considerevole ai social media, perché sono cruciali nelle campagne elettorali come la nostra, molto personalizzata e svolta prevalentemente sul territorio (Cepernich, 2017). A Facebook e Twitter sono dedicati quattro capitoli. Maria Francesca Murru e Paolo Carelli studiano, attraverso il concetto di *frame*, come il tema dell'immigrazione è stato oggetto di contesa simbolica e confronto agonistico tra i protagonisti della campagna elettorale su Facebook. Il discorso dei candidati ha costituito un momento decisivo di messa a fuoco del tema dell'immigrazione come questione dotata di rilevanza politica.

Nel capitolo 6 Nicoletta Vittadini ha studiato la comunicazione su Facebook dei candidati e delle liste come una campagna polifonica, che ha un contro-canto nei commenti dei cittadini ai post. Questa coralità della comunicazione può influenzare i processi di selezione e framing dei temi della campagna elettorale; l'analisi della comunicazione *top down* e *bottom up* ha messo in luce quanto il tema dell'immigrazione sia stato oggetto di una creazione di *frame* multipli.

Vittorio Cobianchi e Marina Villa analizzano gli account Twitter dei candidati presidenti e delle liste, per osservare i contenuti della comunicazione e le reti attorno ai candidati. L'immigrazione è un tema marginale e spesso delegato alle pagine di alcune liste collegate ai candidati. Si riscontra un disimpegno dalle *policy* e una forte polarizzazione sulla dimensione della cultura e dei valori.

Nell'ultimo capitolo Giulia Borsetto e Vittorio Cobianchi esplorano il lessico della comunicazione su Facebook e Twitter dei candidati, delle liste e dei cittadini: sull'immigrazione i cittadini hanno comunicato in modo più consistente rispetto ai candidati e con toni di maggiore aggressività e violenza verbale, fino ad arrivare all'*hate speech* (in particolare nei confronti di tre donne).

Le conclusioni, come si è detto, sono un dialogo, nel quale Ruggero Eugeni e Nicola Pasini ripercorrono i saggi della ricerca e si interrogano sulle nuove dinamiche di relazione tra media tradizionali, nuovi media, comunicazione e fenomeni politici.

1. I programmi e i risultati delle elezioni regionali: l'immigrazione al centro?

Nicola Pasini, Marta Regalia

1. Introduzione

Il tema dell'immigrazione, come abbiamo visto negli ultimi anni, è stato tra le principali preoccupazioni degli italiani. Essi, quindi, si aspettano risposte rassicuranti da parte dei partiti politici. Il momento principale in cui i partiti e i loro candidati sono chiamati a spiegare quali soluzioni proporrebbero per i problemi collettivi sono le campagne elettorali. Contemporaneamente alle elezioni politiche, il 4 marzo 2018 si sono svolte anche le elezioni regionali in Lazio e Lombardia.

Sebbene i livelli regionali di governo non abbiano l'importanza che ha il governo centrale nella definizione di politiche per l'immigrazione, è interessante analizzare le proposte presentate dai candidati presidenti sull'immigrazione durante la campagna elettorale. Se è vero, infatti, che il governo del flusso migratorio non è di competenza regionale, lo sono invece tutta una serie di politiche legate alle politiche sociali e della sicurezza (tra cui possono anche considerarsi specifiche azioni per l'integrazione) che intersecano le politiche migratorie nel momento in cui le Regioni sono chiamate a stabilire i criteri di accesso a taluni servizi e prestazioni.

A questo proposito è utile segnalare come esistano approcci differenti al tema nelle diverse Regioni italiane, in parte collegati alla *politics*, ossia al tipo di coalizione di partiti al governo della singola Regione.

Nel presente capitolo, dapprima si passano in rassegna, molto sinteticamente, i programmi elettorali per il rinnovo del presidente della Giunta e del Consiglio regionale in Lombardia e in Lazio nel 2010 e nel 2013. Successivamente, si analizzano in modo più approfondito sia i programmi elettorali sia i risultati della competizione elettorale del 2018 nelle due rispettive Regioni, focalizzando naturalmente l'attenzione sull'immigrazione.

2. L'immigrazione nei programmi elettorali regionali: dal 2010 al 2018

In questo paragrafo, viene proposta un'analisi dei programmi elettorali dei candidati alla Presidenza di due Regioni: la Lombardia e il Lazio, al fine di esplorare i differenti atteggiamenti dei candidati e dei partiti a loro sostegno di fronte al tema dell'immigrazione. Per fare questo, abbiamo preso in considerazione le elezioni regionali di Lombardia e Lazio avvenute nel 2010 e nel 2013, per poi focalizzare maggiormente l'attenzione sulle elezioni del 2018.

Nelle elezioni regionali del 2010 in Lombardia, nel programma elettorale del presidente Roberto Formigoni (PdL), candidato per il centrodestra, non c'è una sezione esplicitamente dedicata all'immigrazione. Sono presenti alcuni impegni ad affrontare insieme con lo Stato centrale la questione della regolazione dei flussi per cercare di favorire un tipo di immigrazione qualificata e adatta alle richieste del mercato del lavoro lombardo. Si tratta delle politiche di integrazione da implementare per favorire l'inserimento degli immigrati nel tessuto lombardo.

Nel programma del candidato della coalizione di centrosinistra, Filippo Penati (Pd), l'immigrazione è al punto 8 del programma. La sezione che se ne occupa è intitolata "Immigrazione: percorsi di integrazione". Le proposte riguardano tre filoni: il primo relativo alla lotta all'immigrazione irregolare attraverso la lotta al lavoro nero; il secondo relativo alla necessità di far emergere e regolarizzare il mercato dell'assistenza familiare, oggi popolato da lavoratori immigrati non in regola; il terzo è l'istituzione di un fondo per finanziare progetti di integrazione.

Nelle elezioni regionali del 2010 in Lazio, il programma elettorale del presidente della Regione Lazio, Renata Polverini (PdL), non contiene, nelle sue 48 pagine, il termine immigrazione. Si fa un breve accenno alle politiche per l'integrazione degli immigrati laddove si esplicita la necessità di integrare le politiche sociali per renderle più efficaci. Un ulteriore elemento è rappresentato dall'attenzione nel garantire o favorire la continuità lavorativa dei lavoratori stranieri.

Nel programma elettorale del candidato Emma Bonino (Pd), l'immigrazione occupa il titolo di un paragrafo all'interno del capitolo dedicato al tema della sicurezza. In questo paragrafo si illustra la necessità di adottare politiche di integrazione fondate sul rispetto delle regole di uguaglianza, solidarietà e accoglienza. Anche nel capitolo del welfare c'è un box dedicato all'immigrazione in cui si fanno proposte finalizzate all'integrazione (istituzione di una consulta, introduzione dei mediatori culturali).

Nel 2013, per quanto concerne la Lombardia, mentre nel programma elettorale dell'allora candidato e poi presidente della Regione, Roberto Maroni (2013), non troviamo alcun riferimento specifico all'immigrazione, nel programma del candidato per il centrosinistra, Umberto Ambrosoli, dal titolo "Europa, Sviluppo, Lavoro, Legalità" (Ambrosoli, 2013), il punto 34 del progetto di governo è intitolato "Integrazione e pluriculturalità" (2013: 117-119), con un sotto-paragrafo chiamato "Governance dell'immigrazione". In esso, si parla di innovazione sociale partecipata per dare centralità ai cittadini stranieri e alle loro organizzazioni sul territorio. Inoltre, nel sotto-paragrafo successivo, "Diritti civili", si menziona espressamente l'espansione dei diritti e dei doveri degli stranieri residenti. In particolare, si propone lo *ius soli* per attribuire la cittadinanza ai figli degli immigrati nati in Italia e l'estensione del diritto di voto amministrativo ai residenti. Si richiama anche la necessità di rimuovere gli ostacoli alla piena integrazione e di favorire il dialogo fra culture e religioni per una convivenza plurale. Infine, si propone il riconoscimento dell'assistenza sanitaria per i minori non regolari e prestazioni sanitarie, non solo di emergenza, per tutti gli immigrati sul territorio.

Nella Regione Lazio, il programma di Nicola Zingaretti, candidato di centrosinistra poi eletto alla presidenza, cita espressamente le politiche di contrasto alla vulnerabilità del mercato del lavoro. Mentre il suo antagonista sconfitto, Francesco Storace, non fa alcuna menzione dei temi legati all'immigrazione (Storace, 2013), il progetto di Zingaretti (2013) avanza soluzioni per agevolare l'ingresso degli immigrati nel mercato del lavoro. In seguito, gli immigrati sono menzionati come destinatari delle politiche che contrastino l'esclusione sociale. E ancora, il paragrafo 4.4 dal titolo "La convivenza interculturale" (2013: 78-79) sottolinea l'importanza delle imprese gestite da immigrati che contribuiscono all'11% del Pil regionale. Si ribadisce il valore della reciprocità e dell'educazione alla diversità per l'arricchimento di tutti, italiani e immigrati. Si avanza inoltre la proposta di istituire un garante per i diritti dei rifugiati, di valorizzare il profilo professionale dei mediatori culturali, di realizzare centri interculturali di incontro e socializzazione, di stilare progetti di cooperazione internazionale. Si parla, infine, di immigrazione nelle politiche di *housing*, per le abitazioni e nella lotta alle discriminazioni.

2.1 Lazio: elezioni regionali 2018

In Lazio i tre candidati principali erano Nicola Zingaretti del centrosinistra, Stefano Parisi del centrodestra e Roberta Lombardi del Movimento 5 Stelle. Analizziamone i programmi elettorali.