



**Domenica 8 marzo 2015 – Il Piccolo –**  
**AL MERCATO DELL'INTOLLERANZA**  
*di Fabio Bordignon @fabord*

Suscitano stupore, riprovazione, ferme prese di distanza. Chi le pronuncia viene additato, per qualche giorno, come “mostro”. Eppure, le affermazioni di matrice razzista che, con sempre maggiore frequenza, punteggiano il discorso pubblico non possono essere derubricate come il gesto di isolati estremisti. Tanto meno come *gaffes*: mosse maldestre e autolesioniste, voci dal sen fuggite. Si tratta, al contrario, di gesti calcolati, che sottolineano l'esistenza di un “pubblico”: un target mediatico ed elettorale. Già, ma quanto è ampio, oggi, in Italia, il mercato dell'intolleranza?

Dati alla mano, l'ostilità nei confronti dello “straniero” appare oggi, nel nostro paese, meno forte che nel recente passato. Meno forte, soprattutto, rispetto a quanto si osserva in altri contesti del Vecchio continente. Il *Rapporto sulla sicurezza e l'insicurezza in Italia e in Europa*, curato da Demos e Osservatorio di Pavia per Fondazione Unipolis, ci dice che appena il 3% degli italiani mette l'immigrazione al primo posto, tra i problemi più sentiti. Contro il 17% rilevato, ad esempio, in Germania o Gran Bretagna. Ciò nondimeno, la diffidenza verso chi proviene da altri paesi, sebbene su livelli inferiori rispetto a qualche anno fa, permea una quota rilevante della società italiana. Circa un terzo degli intervistati considera gli immigrati un pericolo per la sicurezza o per l'occupazione. Il 29% li percepisce come un pericolo per “la nostra cultura, la nostra identità, la nostra religione”.

La paura, naturalmente, non si traduce automaticamente in intolleranza, in volontà di esclusione e discriminazione. Lo stesso rapporto, presentato la scorsa settimana, rimarca, peraltro, la grande disponibilità degli italiani verso la concessione dei diritti ai cittadini stranieri: in termini di accesso ai servizi, di partecipazione politica. La paura, tuttavia, ha un suo mercato, con i suoi imprenditori: pronti a raccogliarla ed alimentarla. Nel tentativo di trasformarla in consenso. Anche a costo di sollecitare le pulsioni più basse della popolazione. Allo

sconcerto e alla disapprovazione generale, di fronte a certe “sparate” di politici e personaggi pubblici, corrisponde infatti un sentimento sotterraneo: meno visibile e meno confessabile (anche attraverso i sondaggi). Minoritario – indubbiamente – ma non per questo meno appetibile, per chi voglia farsene interprete.

Così, mentre nel Canale di Sicilia cresce, di giorno in giorno - di ora in ora - la contabilità dei morti, l'imprenditoria dell'intolleranza prospera. E non solo in politica. Basti pensare a quanto avviene nel calcio, una volta di più specchio ideale della società italiana: il mondo del pallone, assediato dai troppi ragazzini di colore (di Sacchi) e dai mangia-banane (di Tavecchio). Mentre, in politica, l'intransigenza, esibita e urlata, diventa moneta elettorale. Ecco quindi i migranti africani che - secondo Grillo - portano la Tbc e i Rom, “feccia della società”, nella definizione del leghista (ex-missino) Buonanno, perfetto interprete del nuovo corso nero-verde.

Dichiarazioni choc. I cui autori, però, respingono prontamente ogni accusa. Razzista, io? Sono stato male interpretato. Io parlo dei “problemi della gente”. Gli extra-comunitari? Li faccio giocare nella mia squadra. I neri? Ne ho adottati diversi. Li ho persino candidati nel mio partito e li faccio parlare ai miei comizi. Gli zingari? Beh, non esageriamo: tanto, appena una persona su dieci si fida di loro...

Nel frattempo, il sasso è stato lanciato. Le frasi incriminate entrano nel circuito politico-mediatico. Innescano reazioni forti (e, magari, a loro volta violente). Infiammano le arene televisive e i talk radiofonici. Scatenano le zuffe sui social network. In una continua escalation nei toni e nel linguaggio. Lo scontro di civiltà, del resto, è facilmente notiziabile. La messa in scena dell'odio: ha grande appeal mediatico, elevata resa spettacolare. E i mezzi di comunicazione, al confine tra informazione e intrattenimento, presidiano le loro quote, nel mercato dell'intolleranza (e dell'indignazione). Che rischia, così, di auto-alimentarsi e allargarsi a dismisura.