

Destra

a cura di **Corrado Fumagalli e Spartaco Puttini**

con testi di

**Marco Tarchi, Piero Ignazi, Andrea Mammone,
Manuela Caiani, Pietro Castelli Gattinara,
Damiano Palano, Corrado Fumagalli**

Introduzione di

David Bidussa

© 2018 Fondazione Giangiacomo Feltrinelli
Viale Pasubio 5, 20154 Milano (MI)
Prima edizione in "Ricerche", marzo 2018

Coordinamento delle attività di ricerca:
Francesco Grandi e Caterina Croce

Coordinamento editoriale: **David Bidussa**

Impaginazione: **Salvatore Gregorietti**
Immagine di copertina: elaborazione grafica di Salvatore Gregorietti
sulla base di *Zang Tumb Tumb* di Filippo Tommaso Marinetti
Stampa: Laserprint S.r.l. Milano

ISBN 978-88-6835-290-5

Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo volume può essere riprodotta, memorizzata o trasmessa in alcuna forma o con alcun mezzo elettronico, meccanico, in disco o in altro modo, compresi cinema, radio, televisione, senza autorizzazione scritta dalla Fondazione.

Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da Fondazione Giangiacomo Feltrinelli.

Indice

David Bidussa, <i>Introduzione</i>	5
La destra	9
Marco Tarchi, <i>Molte destre, nessuna destra? Sul dubbio fondamento della visione "geografico assiale" della politica</i>	10
Piero Ignazi, <i>Fascismo, neofascismo, postfascismo</i>	21
Andrea Mammone, <i>"È tempo di patrioti". Il ritorno (a destra) dei neofascisti</i>	34
Il messaggio della destra	47
Manuela Caiani, <i>Organizzazioni di estrema destra e internet nelle democrazie occidentali</i>	48
Pietro Castelli Gattinara, <i>Neofascismi in movimento: mobilitazione e strategia nell'estrema destra</i>	62
Di fronte alla destra	79
Damiano Palano, <i>La maggioranza silenziosa. Chi vota la destra populista?</i>	80
Corrado Fumagalli, <i>Parlare con chi odia</i>	93
Bibliografia	105
Autori	117

Manuela Caiani

Organizzazioni di estrema destra e internet nelle democrazie occidentali

Introduzione

L'estrema destra è in aumento in tutta Europa e non solo (ad es. Stati Uniti), sia nell'arena elettorale-istituzionale che sociale (Mudde 2016, per l'Est Europa si veda Bustikova 2017). D'altra parte, gli studiosi dei movimenti sottolineano che le organizzazioni della società civile, comprese quelle estremiste, usano sempre più la rete nella (e per la) loro mobilitazione politica, propaganda, reclutamento e formazione dell'identità collettiva (ad es. Adamczyk *et al.* 2014; Kassimeris e Jackson 2015; fra i pochi studi sull'Est Europa si veda Karl 2017). Al posto di un'organizzazione e di una leadership formale, contatti faccia a faccia con altri gruppi e identità che si sviluppano nelle interazioni reali, l'elemento organizzativo principale diventa internet e le nuove opportunità di azione politica da esso offerte (Bennet 2014).

Secondo un rapporto pubblicato nel 2013 dall'agenzia governativa Swedish Media Council, i sette siti di estrema destra più popolari in Svezia hanno circa 145.000 visitatori al giorno, e ciò che sorprende di più è che tre di questi hanno più visitatori ciascuno di tutti i partiti parlamentari svedesi messi insieme. Negli Stati Uniti, Stormfront (il noto sito neonazi a diffusione internazionale) è considerato "il più grande sito web di odio" dai media americani. È nato negli anni novanta, e dalla sua base operativa in Florida ora gestisce quindici forum in tutto il mondo, dal Portogallo alla Nuova Zelanda. Nel 2008 ha avuto 80.000 visitatori, che sono aumentati di 2.000 al giorno dopo l'elezione di Barack Obama. In Austria, l'Austrian Freedom Party (Fpö) sostiene attualmente di avere circa 80.000 fan su Facebook, così come il British National Party (per questi e altri dati sugli attivisti di destra radicale sui social media, si veda Bartlett, Birdwell e Littler 2011).

Questi eventi non sono isolati, ma sono emblematici del trasferimento da parte degli attori collettivi all'arena online di molte delle loro attività politiche e sociali (Chadwich 2006). Infatti, come sostengono gli studiosi dei movimenti sociali, internet offre diversi vantaggi per la mobilitazione degli attori di società civile: il basso costo di attivazione, una comunicazione rapida ed efficiente che riesce a connettere singoli individui e gruppi isolati da tutte le parti del mondo, e un buon strumento per il coordinamento e la socializzazione che supera i problemi di leadership e aiuta la transnazionalizzazione (si vedano tra gli altri: Bennett 2003; 2004; Van de Donk *et al.*, 2004; Della Porta e Mosca 2006; Calenda e Mosca 2007; Bennett, Givens e Breunig 2008; Cernison 2008; Stein 2009; Van Laer e Van Aelst

2010; Bennet e Segerberg 2011; Mattoni 2012; Rucht 2012). Tutto questo diventa ancora più pregnante per gli attori estremisti e radicali (come le organizzazioni di estrema destra oggetto di questo capitolo), che possono utilizzare internet come un'arena alternativa in cui esprimere le proprie opinioni, o sfuggire in questo modo al monitoraggio delle autorità politiche (Bleich e Lambert 2013). In che modo e con quale frequenza le organizzazioni di destra radicale usano internet per il loro attivismo politico online? E per quali funzioni specifiche (propaganda, reclutamento, diffusione online dei messaggi d'odio, organizzazione di mobilitazione e politica e contatti con gruppi simili negli altri paesi europei? Inoltre, chi sono i gruppi di destra più attivi nella cybersfera? E quali sono le opportunità, ma anche le sfide poste dalle nuove tecnologie digitali a queste organizzazioni? Questi sono i temi su cui ci concentreremo e cercheremo di fare luce in questo capitolo. In particolare, combinando dati quantitativi e qualitativi, investigheremo diversi tipi di organizzazioni di estrema destra (partiti politici, movimenti politici, associazioni culturali, gruppi giovanili sub-culturali, ecc.)¹ in sette democrazie occidentali (Italia, Spagna, Francia, Germania, Austria, Regno Unito e Stati Uniti) e il loro utilizzo del web "per fare politica". Useremo dati provenienti da quarantacinque interviste semi-strutturate condotte con rappresentanti di organizzazioni di estrema destra dei sette paesi² e da una analisi del contenuto (formalizzata, vale a dire fatta tramite un *codebook*, o codice guida per l'analisi³) di 336 siti web di estrema destra: guarderemo alle specifiche funzioni dei siti web radicali per diversi scopi politici. Indagheremo le differenze e le somiglianze nell'uso del web tra diversi tipi di organizzazioni di destra caratterizzati da diverse risorse organizzative (ad esempio tipo di gruppo, dimensioni, budget, ecc.) e tra i diversi paesi. Sebbene il nostro obiettivo sia principalmente esplorativo (data la mancanza di dati comparati e di ricerche su estrema destra e internet), i risultati saranno interpretati da un punto di vista teorico, attingendo a concetti e teorie derivanti dalla ricerca sui movimenti sociali e su nuove tecnologie e comunicazione politica.

Internet e i vari usi da parte delle organizzazioni di estrema destra

I dati raccolti dalle interviste indicano che oggi internet è diventato uno strumento essenziale per le attività politiche dell'estrema destra, sia in termini di mobilitazione che di facilitazione della comunicazione. Infatti, come emerge dalla nostra analisi, in tutti e sette i paesi (senza differenze significative tra i diversi tipi di gruppi), la stragrande maggioranza delle organizzazioni di destra radicale considera il web molto utile (81%), descrivendolo come "una finestra aperta sulla comunicazione con il mondo [...], di cui non potrebbero fare a meno" (Int. 33). Questo vale per tutti i tipi di attività organizzative (figura 1): in particolare, il 78% dei gruppi

Manuela Caiani

Organizzazioni di estrema destra e internet nelle democrazie occidentali

Introduzione

L'estrema destra è in aumento in tutta Europa e non solo (ad es. Stati Uniti), sia nell'arena elettorale-istituzionale che sociale (Mudde 2016, per l'est Europa si veda Bustikova 2017). D'altra parte, gli studiosi dei movimenti sottolineano che le organizzazioni della società civile, comprese quelle estremiste, usano sempre più la rete nella (e per la) loro mobilitazione politica, propaganda, reclutamento e formazione dell'identità collettiva (ad es. Adamczyk *et al.* 2014; Kassimeris e Jackson 2015; fra i pochi studi sull'est Europa si veda Karl 2017). Al posto di un'organizzazione e di una leadership formale, contatti faccia a faccia con altri gruppi e identità che si sviluppano nelle interazioni reali, l'elemento organizzativo principale diventa internet e le nuove opportunità di azione politica da esso offerte (Bennet 2014).

Secondo un rapporto pubblicato nel 2013 dall'agenzia governativa Swedish Media Council, i sette siti di estrema destra più popolari in Svezia hanno circa 145.000 visitatori al giorno, e ciò che sorprende di più è che tre di questi hanno più visitatori ciascuno di tutti i partiti parlamentari svedesi messi insieme. Negli Stati Uniti, Stormfront (il noto sito neonazi a diffusione internazionale) è considerato "il più grande sito web di odio" dai media americani. È nato negli anni novanta, e dalla sua base operativa in Florida ora gestisce quindici forum in tutto il mondo, dal Portogallo alla Nuova Zelanda. Nel 2008 ha avuto 80.000 visitatori, che sono aumentati di 2.000 al giorno dopo l'elezione di Barack Obama. In Austria, l'Austrian Freedom Party (Fpö) sostiene attualmente di avere circa 80.000 fan su Facebook, così come il British National Party (per questi e altri dati sugli attivisti di destra radicale sui social media, si veda Bartlett, Birdwell e Littler 2011).

Questi eventi non sono isolati, ma sono emblematici del trasferimento da parte degli attori collettivi all'arena online di molte delle loro attività politiche e sociali (Chadwich 2006). Infatti, come sostengono gli studiosi dei movimenti sociali, internet offre diversi vantaggi per la mobilitazione degli attori di società civile: il basso costo di attivazione, una comunicazione rapida ed efficiente che riesce a connettere singoli individui e gruppi isolati da tutte le parti del mondo, e un buon strumento per il coordinamento e la socializzazione che supera i problemi di leadership e aiuta la transnazionalizzazione (si vedano tra gli altri: Bennett 2003; 2004; Van de Donk *et al.*, 2004; Della Porta e Mosca 2006; Calenda e Mosca 2007; Bennett, Givens e Breunig 2008; Cernison 2008; Stein 2009; Van Laer e Van Aelst

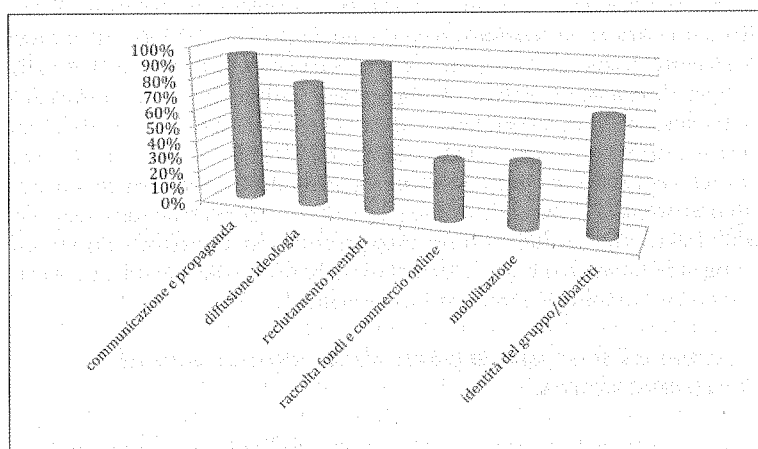
2010; Bennet e Segerberg 2011; Mattoni 2012; Rucht 2012). Tutto questo diventa ancora più pregnante per gli attori estremisti e radicali (come le organizzazioni di estrema destra oggetto di questo capitolo), che possono utilizzare internet come un'arena alternativa in cui esprimere le proprie opinioni, o sfuggire in questo modo al monitoraggio delle autorità politiche (Bleich e Lambert 2013). In che modo e con quale frequenza le organizzazioni di destra radicale usano internet per il loro attivismo politico online? E per quali funzioni specifiche (propaganda, reclutamento, diffusione online dei messaggi d'odio, organizzazione di mobilitazione e politica e contatti con gruppi simili negli altri paesi europei? Inoltre, chi sono i gruppi di destra più attivi nella cybersfera? E quali sono le opportunità, ma anche le sfide poste dalle nuove tecnologie digitali a queste organizzazioni? Questi sono i temi su cui ci concentreremo e cercheremo di fare luce in questo capitolo. In particolare, combinando dati quantitativi e qualitativi, investigheremo diversi tipi di organizzazioni di estrema destra (partiti politici, movimenti politici, associazioni culturali, gruppi giovanili sub-culturali, ecc.)¹ in sette democrazie occidentali (Italia, Spagna, Francia, Germania, Austria, Regno Unito e Stati Uniti) e il loro utilizzo del web "per fare politica". Useremo dati provenienti da quarantacinque interviste semi-strutturate condotte con rappresentanti di organizzazioni di estrema destra dei sette paesi² e da una analisi del contenuto (formalizzata, vale a dire fatta tramite un *codebook*, o codice guida per l'analisi³) di 336 siti web di estrema destra: guarderemo alle specifiche funzioni dei siti web radicali per diversi scopi politici. Indagheremo le differenze e le somiglianze nell'uso del web tra diversi tipi di organizzazioni di destra caratterizzati da diverse risorse organizzative (ad esempio tipo di gruppo, dimensioni, budget, ecc.) e tra i diversi paesi. Sebbene il nostro obiettivo sia principalmente esplorativo (data la mancanza di dati comparati e di ricerche su estrema destra e internet), i risultati saranno interpretati da un punto di vista teorico, attingendo a concetti e teorie derivanti dalla ricerca sui movimenti sociali e su nuove tecnologie e comunicazione politica.

Internet e i vari usi da parte delle organizzazioni di estrema destra

I dati raccolti dalle interviste indicano che oggi internet è diventato uno strumento essenziale per le attività politiche dell'estrema destra, sia in termini di mobilitazione che di facilitazione della comunicazione. Infatti, come emerge dalla nostra analisi, in tutti e sette i paesi (senza differenze significative tra i diversi tipi di gruppi), la stragrande maggioranza delle organizzazioni di destra radicale considera il web molto utile (81%), descrivendolo come "una finestra aperta sulla comunicazione con il mondo [...], di cui non potrebbero fare a meno" (Int. 33). Questo vale per tutti i tipi di attività organizzative (figura 1): in particolare, il 78% dei gruppi

intervistati afferma che Internet è molto utile per la diffusione della loro ideologia, e degli ideali e del credo del gruppo; il 94% lo trova utile per la comunicazione e la propaganda; e un altro 93% per il reclutamento di nuovi membri⁴. Inoltre, la grande maggioranza degli intervistati (71%) concorda nel ritenere che internet sia un mezzo molto utile “per rafforzare l’identità del gruppo”. Un numero minore, ma ancora consistente, di organizzazioni sottolinea infine che internet è molto importante anche come strumento per la raccolta fondi (37%) e di mobilitazione (40%). Questo ultimo aspetto, come vedremo in seguito, grazie all’utilizzo del cyberspazio e delle opportunità interattive da esso offerte, sia come luogo in cui i loro attivisti possono incontrarsi e interagire, che come piattaforma per organizzare eventi quali, ad esempio, conferenze web, petizioni elettroniche, bombardamenti postali o campagne elettorali online. In conclusione, internet emerge come particolarmente rilevante per i gruppi di estrema destra, come spiega il rappresentante dell’organizzazione di destra radicale Americana Insurgent, sottolineando che la sua rete non “opera come un’organizzazione, ma come un lupo solitario fatto di piccole cellule” con l’obiettivo di “raggiungere persone che la pensano allo stesso modo [...]” (Int. 19).

Figura 1 Usi di Internet delle organizzazioni di estrema destra



Fonte: dati dalle interviste (N=45). Tutti i paesi: Austria, Germania, Francia, Spagna Gran Bretagna, Italia.

Questi risultati sono in linea con quelli ottenuti dalla nostra analisi del contenuto dei centinaia di siti web di organizzazioni di estrema destra nei sette paesi selezionati⁵. Investigando le principali funzioni dell’uso del web da parte di questi gruppi, vediamo infatti che Internet utilizzato per lo più per comunicare con il pubblico e con i potenziali simpatizzanti (0,45

sul nostro indice), oltre che per la diffusione di propaganda (0,34) e la promozione della loro ideologia (0,67). L’uso dei siti web per stimolare dibattiti e promuovere tramite essi la creazione di un’identità collettiva (o “comunità virtuale”) è presente, ma in misura minore (0,16). Ancora meno sviluppato, stando ai nostri dati, è l’utilizzo di internet per la mobilitazione (sia online che offline) (0,13), sebbene ci siano segnali significativi di utilizzo da parte dei gruppi di estrema destra della rete per costruire contatti transnazionali (0,22) con altri gruppi simili in altri paesi o con organizzazioni estremiste internazionali. Questo ultimo aspetto, della transnazionalizzazione dei gruppi estremisti tramite il web, è un tema “caldo”, come riportano in modo crescente agenzie di monitoraggio governative (cfr. il rapporto Europol Te-Sat 2016), su cui tuttavia la ricerca sociale (per quanto riguarda l’estremismo di destra) è solo agli inizi (Caiani 2018).

Comunicazione, propaganda e cybercascades

Per quanto riguarda la comunicazione con potenziali simpatizzanti e utenti e la propaganda, i dati raccolti mostrano che più della metà delle organizzazioni (56%) pubblica sui propri siti web informazioni sulla raggiungibilità offline del gruppo, come ad esempio l’indirizzo della sede o il numero di telefono, e quasi tutti (83,3%) forniscono l’indirizzo e-mail. Inoltre, più della metà dei siti organizzativi offre una sezione in cui vengono pubblicati articoli, documenti e dossier (57,7%) e una sezione delle notizie (50,6%) che raccoglie (selezionando) informazioni da altri giornali o programmi Tv. Questo può essere considerato un modo efficace per impostare e illustrare l’agenda del gruppo al pubblico di potenziali attivisti, come spiegato dal rappresentante di un movimento politico regionale tedesco: “con internet [...] è possibile innanzi tutto impegnarsi in una più ampia sorta di propaganda, raggiungendo con la propria voce chiunque tu voglia” (Int. 12). Inoltre, è da notare che internet offre per la trasmissione di messaggi possibilità che vanno oltre i testi scritti, dando rilevanza anche a immagini e contenuti audiovisivi, che “superano la razionalità e toccano gli aspetti emotivi della politica” (Mosca e Vaccari 2012, p. 24). Una possibilità di cui le organizzazioni di estrema destra da noi analizzate sono perfettamente a conoscenza: un terzo di esse (33%) contiene infatti sul proprio sito simboli che si riferiscono al passato fascista (come svastiche, aquile o fasci littori, lupi, leoni, immagini celtiche, rune, croci celtiche, ecc.) o *banner* (spesso *flashy banner* dinamici) (26,5%) che prendono di mira specifiche categorie (sociali o politiche) di nemici (come i comunisti, gli Stati Uniti e – per i gruppi europei – i musulmani, ecc.). A tale riguardo, molte organizzazioni sottolineano con forza l’utilità di internet come “strumento pubblicitario” per diffondere le “opinioni e punti di vista” del gruppo (Int. 4); mentre altre indicano quello che negli studi di comunicazione è chiamato *cyber-cascade*, vale a dire, come spiegato dal rappresentante di un movimento

politico regionale tedesco “l’effetto moltiplicatore” di internet, in cui l’informazione si diffonde come un incendio (Sunstein 2007), “dal momento che il messaggio non è diffuso solo tramite la nostra homepage, ma anche tramite altre homepage e siti web di gruppi collegati con noi, tramite *links* reciproci [...]. In questo modo, possiamo riprodurre le nostre idee con estrema rapidità e raggiungere fino a 100.000 persone” (Int. 12).

Su questo punto vale la pena notare che il 14,3% delle organizzazioni analizzate pubblica anche un archivio dei comunicati stampa del gruppo sul sito web e più di un terzo (36,6%) offre riferimenti bibliografici a letteratura di estrema destra (da ideologi a testi storici, ecc). Infatti, secondo molte organizzazioni, “internet si distingue rispetto ad altri strumenti pubblicitari per il suo basso costo”, che è un aspetto cruciale per molti di questi gruppi minori, come sottolineato dal presidente dell’organizzazione English Democrats, poiché si tratta di “un partito relativamente piccolo, appena nato, per il quale la convenienza è importante. Nel Regno Unito i partiti principali spendono milioni di sterline nelle elezioni, ma non possiamo farlo” (Int. 16). Allo stesso modo, il rappresentante del British Freedom Party afferma che internet “ha permesso [loro] di ridurre enormemente i costi per comunicare in modo efficace a migliaia di membri e sostenitori [...]. Tramite il nostro sito web, e-mail e social media” (Int. 15). Infatti il “potenziale democratico” di internet è chiaramente indicato da alcuni di questi gruppi, così come la possibilità di bypassare il filtro dei media tradizionali. Ad esempio, il portavoce del tedesco Mupinfo, portale online, afferma che “in linea di principio oggi tutti possono inviare le proprie notizie – che siano lette o no, dipende solo dalla richiesta e dagli interessi dei lettori” (Int. 13). Allo stesso modo un altro attivista di destra tedesco sottolinea che “per raggiungere un numero illimitato di persone in passato c’era bisogno di essere in Tv o in una stazione radio, oppure pubblicare un giornale, un settimanale, rivista o qualsiasi altra cosa. Ciò significa che la possibilità di raggiungere le persone era limitata a un numero di persone privilegiate. Ora, al contrario, ognuno ha, almeno potenzialmente, questa possibilità” (Int. 14). In definitiva, sembra che, per l’estrema destra, questa nuova forma di comunicazione tramite internet rappresenti un’importante fonte per la circolazione di opinioni, per la conoscenza di argomenti di interesse generale e, soprattutto, per coinvolgere nuovi aderenti (Dahlgren 2009).

Trasmettere l’ideologia del gruppo

Oltre alla comunicazione con membri effettivi e potenziali, gli studiosi dei movimenti sociali sottolineano la capacità di internet di generare nuove identità collettive (Della Porta e Mosca 2006): il web viene usato come arena per la condivisione di norme e valori tra diversi individui e gruppi, costruendo in questo modo un più ampio senso di comunità. Infatti, secondo la nostra analisi del contenuto, il 74,1% dei siti radicali ha una

sezione in cui essi illustrano la dottrina e il credo del gruppo (ad esempio “su di noi”, “chi siamo”, ecc.) e nel 60,1% dei casi hanno una sezione che contiene informazioni sugli obiettivi del gruppo (ad esempio “la nostra missione”, “statuto”, “costituzione”, “manifesto”, “cosa vogliamo”, ecc.). Sul sito web del partito tedesco Npd l’utente può leggere un manifesto chiamato “Lavoro, famiglia, patria [...] Lavoro per i tedeschi, economia nazionale orientata al territorio contro la globalizzazione, democrazia nazionale, sana patria e ambiente”. Inoltre, molte organizzazioni di estrema destra sottolineano l’importanza di internet per diffondere la loro ideologia, ad esempio il rappresentante del movimento italiano CasaPound, ricorda cosa significava fare politica, “e in particolare la politica di destra”, prima dell’avvento del web: “Prima di tutto, internet aiuta a trasmettere le nostre idee e principi. Prima di internet per raggiungere lo stesso scopo dovevamo organizzare una serie di manifestazioni in tutto il paese o stampare un libro, che tuttavia ci permetteva di raggiungere solo un numero limitato di persone, e spesso solo quelle già interessate alla questione [...] e coloro non intimorite dalla stigmatizzazione (dal momento che avvicinarsi a un raduno di destra può creare problemi). Il valore aggiunto di internet è che anche coloro che sono semplicemente curiosi, anche senza essere simpatizzanti, possono accedere a una serie di documenti sul nostro sito web (ad esempio, il nostro programma) e avvicinarsi alle nostre idee” (Int. 31). Altre organizzazioni sottolineano infatti questo ruolo: “le persone non si sentono sole, perché puoi trovare qualsiasi materiale, politico o altro a cui sei interessato [...] e, inoltre, puoi trovare altri interessati alle stesse cose” (Int. 17). In questo senso internet è visto come particolarmente importante per i gruppi non *mainstream* (cioè che non hanno idee tradizionali) – come spesso amano identificarsi le organizzazioni radicali, “perché permette alle persone di ottenere un sostegno morale da altri che vedono avere le stesse opinioni. Permette anche la pressione a distanza tra pari per aiutare le persone a rispettare il nostro forte codice etico di condotta” (Int. 23). Un’altra scoperta della nostra analisi del contenuto è l’ampio uso dei siti web da parte delle organizzazioni di estrema destra per una funzione di costruzione dell’immagine pubblica e per pubblicare regole o norme di condotta che caratterizzano il gruppo e il “buon attivista”. Ad esempio, l’incitamento esplicito alla violenza è raro sui siti web di estrema destra analizzati (solo nel 3,6% dei casi); mentre più comuni sono le asserzioni che sottolineano che il gruppo è non violento e non incita alla violenza o al razzismo, come nel caso del forum del gruppo austriaco Südtiroler Freiheit, dove si afferma: “Il movimento si distanzia da ogni commento razzista o estremista, nonché da commenti che offendono l’onore di qualcuno”. Spesso i siti analizzati dichiarano di adattarsi alle regole di *netiquette* all’ingresso dei loro forum di discussione o mailing list, anche per sfuggire al controllo delle autorità, mentre all’interno si riscontrano contenuti violenti e cosiddetti *hate speeches*.

È anche da considerare che la trasmissione dell'ideologia e della propaganda (attraverso il web) è un aspetto importante dell'azione collettiva, poiché come sostiene la ricerca sui movimenti sociali, "il lavoro di *framing* può aiutare a mobilitare gli individui e in definitiva a ridurre i costi delle risorse mantenendo il loro impegno emotivo all'azione" (Bennett e Sergeberg 2011, p. 13).

Formare la (nostra) identità di nicchia

Rispetto al ruolo di internet come una nuova arena di dibattiti, la nostra analisi del contenuto dei siti web radicali ha mostrato che solo il 10,4% delle organizzazioni organizza sondaggi online e questionari, promuovendo una discussione tra i propri visitatori, e ancora più rari sono gli spazi di dibattito diretto (interattività sincronica, come viene detta negli studi di comunicazione) e chat-line in cui tutti gli utenti possono partecipare contemporaneamente (solo l'8% di tutti i circa 340 siti radicali analizzati). In definitiva: gli spazi di dibattito asincroni prevalgono su strumenti in tempo reale come le chat-line. I forum di discussione (dove ogni tipo di tema politico o sociale è discusso, ad esempio aborto, immigrazione, storia, ecc.) e le mailing list sono infatti prevalenti (nel 24,4% dei casi) e sono considerati dalla maggior parte dei gruppi di destra intervistati come molto importanti. Ad esempio, il rappresentante dell'organizzazione White Revolution spiega che per la sua organizzazione "avere avuto un forum di discussione, delle chat e newsletter e altri strumenti di attivismo partecipativo online [...] è stato fondamentale nello stabilire il «marchio» del gruppo e nel formare la nostra identità di nicchia all'interno del movimento più ampio" (Int. 18, vedi anche Int. 20).

La maggior parte delle organizzazioni giovanili e locali (fra le intervistate) sono particolarmente convinte del ruolo positivo delle discussioni sul web per la costruzione e il rafforzamento della propria identità di gruppo, come nel caso dell'organizzazione Jungen Nationaldemokraten, il cui rappresentante sottolinea che "grazie all'aumento del trasferimento di informazioni [...], internet ha un ruolo cruciale da svolgere in questo contesto" (Int. 2, Int. 6). Infatti, "attraverso forum virtuali è più facile per i membri informare le altre persone sulla nostra organizzazione, piuttosto che avere un giornale di partito in circolazione" (Int. 10) e inoltre viene riconosciuto che "i membri iniziano a sentirsi parte della nostra organizzazione tramite la homepage e gli argomenti che sono discussi lì" (Int. 12).

Mobilitazione

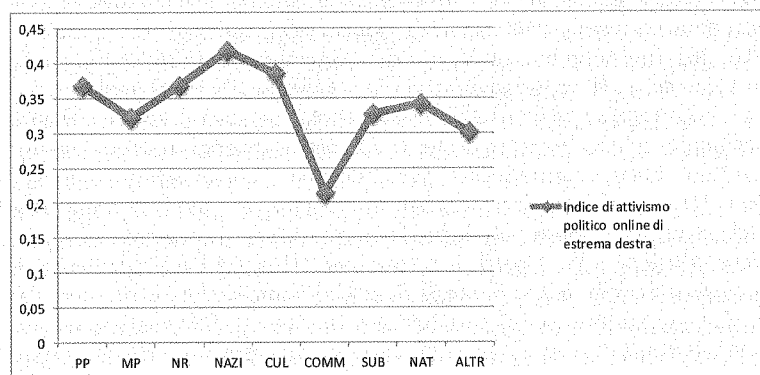
Se guardiamo infine alla mobilitazione tramite web, la nostra analisi mostra che per molti di questi gruppi questo utilizzo di internet spesso va oltre l'arena virtuale ed entra nella sfera dell'attivismo di vita reale. Sebbene solo una piccola percentuale di organizzazioni di estrema destra tenti

di organizzare azioni direttamente sul web (come petizioni elettroniche, bombardamenti postali, ecc.) (5,7%), più di un quarto di esse (25,6%) offrono sui loro siti un calendario o agenda di eventi del gruppo, che fornisce informazioni sulle attività e iniziative politiche come riunioni, dimostrazioni e concerti tra attivisti. Inoltre, un altro 21,1% dei gruppi analizzati pubblicizza online le proprie campagne politiche in corso (nel mondo reale), come nel caso dell'Fpö austriaco, che promuove la sua campagna elettorale usando parole chiave come "la festa sociale della patria [...]". Invece di miliardi di euro per i paesi colpiti dall'Ue [...]. I nostri soldi per la nostra gente [...]. Noi per l'Austria, Spö/Övp per speculatori e falsari di bilanci [...]"; o il caso dell'inglese British People, che protesta online contro organizzazioni e pratiche musulmane. Anche le nostre interviste confermano l'esistenza di una stretta relazione tra l'attivismo online e offline dei gruppi di destra, nonostante molti di loro dichiarino di "preferire la sfera delle attività reali e non solo l'attivismo virtuale" (Int. 36). Inoltre, sottolineando l'importanza dell'"effetto amplificatore di internet" per le azioni offline del gruppo, il portavoce dell'italiano Movimento nazionale popolare spiega che il web, e in particolare YouTube, consente alla sua organizzazione la diffusione pubblica di video dei loro incontri, conferenze, conferenze stampa e anche dimostrazioni di strada, "come ad esempio le manifestazioni per commemorare i caduti della seconda guerra mondiale" (Int. 26). Inoltre, più di un quarto delle organizzazioni (26,8%) possiede una newsletter che fornisce informazioni sulle possibilità di partecipazione a eventi offline in arrivo, come ad esempio nel caso di un movimento politico austriaco che spiega che la sua organizzazione utilizza internet per "annunciare seminari, corsi di formazione, e anche raduni ed eventi" (Int. 7); un attivista tedesco insiste su internet per pubblicizzare le attività come "apparizioni pubbliche del gruppo come dimostrazioni, veglie, manifestazioni e [...] corsi di formazione" (Int. 14); e il portavoce di un'organizzazione con sede negli Stati Uniti spiega che "inviamo avvisi ai membri tramite e-mail automatizzata per tenerli informati di importanti elementi di azione" (Int. 23). Pertanto, confermando ciò che è stato suggerito da ricerche precedenti, la nostra analisi dimostra che internet sembra svolgere un ruolo significativo per i gruppi di destra, soprattutto durante le elezioni (si veda ad esempio, Kluver *et al.* 2007). Come il portavoce del Jungen Nationaldemokraten, l'organizzazione giovanile del partito Npd, sottolinea, "creiamo homepage per i candidati" o "usiamo i social network – che sono un modo molto più rapido di comunicare" e tutti "possono sempre commentare giorno per giorno la politica del nostro partito" (Int. 10). La distinzione tra le dimensioni online e offline sta scomparendo e si stanno stabilendo "processi di ibridazione" tra la rete e la realtà sociale e politica (Mosca e Vaccari 2012, p. 7).

Quali sono i gruppi più attivi sul web?

La ricerca sui movimenti sociali suggerisce che le scelte strategiche degli attori collettivi sono influenzate dalle loro caratteristiche specifiche, inclusa la loro disponibilità di risorse materiali e simboliche (McCarthy e Zald 1996). Ad esempio, si nota che organizzazioni dotate di molte risorse (finanziarie, organizzative, un buon livello di formalizzazione, ecc.) possono essere facilitate nell'utilizzo (politico) del web (Della Porta e Mosca 2009, p. 783), poiché un sito web ben organizzato, tecnicamente sofisticato e aggiornato richiede denaro e competenze professionali per essere mantenuto. Allo stesso modo si nota che c'è una tendenza verso la migrazione verso il web da parte dei gruppi giovanili. Partendo da queste riflessioni ci aspettavamo di trovare importanti differenze nel grado e nelle forme dell'uso di internet tra i diversi tipi di organizzazioni di estrema destra. La nostra analisi del contenuto dei siti web ha confermato che il livello di attivismo politico radicale varia (in modo statisticamente significativo) in base al tipo di gruppo di estrema destra (figura 2).

Figura 2 Cyber attivismo da parte di differenti gruppi di estrema destra negli Stati Uniti ed Europa (Indice)



Fonte: dati dal analisi del contenuto dei siti Web (N= 336), tutti i paesi: Austria, Germania, Francia, Spagna Gran Bretagna, Italia. Legenda: PP (partiti politici), MP (movement politici), NR (organizzazioni di estrema destra nostalgiche e revisioniste), NAZI (gruppi Neo-Nazi Orgs.), CUL (associazioni culturali), COMM (gruppi commerciali, es. militaria), SUB (gruppi subculturali giovanili), NAT (org. Nazionalistiche), OTHER (gruppi/campagne 'single issue', es. antiabortisti, ecc.)

In particolare, i gruppi neonazisti⁶, nostalgici⁷ e culturali⁸, così come i partiti politici⁹, emergono come i più attivi sul web¹⁰, mentre i movimenti politici, i gruppi giovanili subculturali¹¹ (ad esempio, gruppi musicali, sportivi, ecc) e

le organizzazioni nazionaliste usano strategie online meno frequentemente. I gruppi che mostrano un attivismo (politico) sul web più limitato sono le organizzazioni commerciali e *single issue*¹² (cioè limitati a un tema). Ciò è anche in linea con le nostre interviste che mostrano che i gruppi giovanili subculturali sono quelli che si sentono più penalizzati da problemi di accesso al web (il 75% di essi) rispetto ai partiti politici (17%) e ai movimenti (29%).

Tuttavia, più che l'intensità, sono le forme di utilizzo del web che variano molto a seconda del tipo di organizzazione radicale. A tale riguardo, secondo i nostri dati, i partiti politici e i movimenti nostalgici e culturali tendono più a utilizzare i siti web per le funzioni di comunicazione e informazione del pubblico. Si tratta di un uso in sostanza più tradizionale di internet come canale aggiuntivo rispetto ai mezzi faccia a faccia per la creazione del consenso. D'altro canto invece, sono le organizzazioni giovanili subculturali e i gruppi neonazisti quelli che tendono a utilizzare il web per funzioni più innovative, come la mobilitazione (ma in questo abbiamo visto che sono prominenti anche i partiti politici) e l'internazionalizzazione (vale a dire la creazione di legami cross-nazionali o internazionali con altri gruppi o federazioni). Come esemplificato dalle parole del rappresentante dell'organizzazione giovanile Gioventù italiana, "i nostri valori sono quelli di una destra governativa, quindi una destra moderata caratterizzata da valori sociali e anche europeisti [...], un diritto proiettato verso il futuro" (Int. 7). Infine, le più tradizionali organizzazioni di destra radicale come quelle nostalgiche e revisioniste, e le associazioni culturali, emergono – sorprendentemente per dei gruppi che proiettano la loro identità verso il passato – dai nostri dati caratterizzate dai più alti livelli di utilizzo di internet per la promozione di dibattiti, e la diffusione di propaganda e ideologia (insieme ai gruppi neonazisti per quanto riguarda quest'ultima funzione). Per concludere, la nostra analisi mostra – come evidenziato per gli attori collettivi di sinistra studiati dagli studiosi dei movimenti – che l'identità offline del gruppo (cioè l'appartenere allo stesso settore) influenza le preferenze per specifiche forme di cyberattivismo anziché altre. Tuttavia, come il presidente del partito politico tedesco Bgd sottolinea, anche altri tipi di caratteristiche organizzative offline hanno un impatto sul comportamento online, poiché "internet non funziona da solo [...], ma per un suo massiccio utilizzo è necessario disporre di risorse sufficienti" (Int. 8).

Per quanto riguarda i paesi che sembrano più favorevoli per l'attivismo politico online dell'estrema destra, sono soprattutto le organizzazioni radicali americane a distinguersi per un elevato utilizzo del web per le loro strategie d'azione (su tutti i nostri indici di attivismo online), insieme, in Europa, a quelle italiane. Le meno attive sul web risultano essere quelle spagnole. Possiamo collegare questi risultati a quello che la ricerca sui movimenti chiama struttura delle opportunità politiche, ovvero l'insieme di opportunità ma anche limiti offerti alla mobilitazione politica di specifici gruppi di attori collettivi dal contesto in cui essi operano. Nel caso dei gruppi

radicali e della loro mobilitazione (anche online) saranno quindi determinanti, nel nostro caso, la restrittività di leggi e misure offline e online contro i discorsi d'odio, il sistema elettorale proporzionale o maggioritario, la cultura delle élites verso il passato nazifascista, la diffusione nella società di attitudini nazionaliste, xenofobe, ecc. (cfr. Bleich e Lambert 2013)

Conclusioni

Alla luce dei diversi scopi che la letteratura suggerisce internet possa giocare per le organizzazioni della società civile, abbiamo esaminato quelli che sono effettivamente sfruttati dai gruppi di destra, e in che misura. In primo luogo, i nostri dati tratti dalle interviste e dall'analisi del contenuto dei siti web radicali, indicano che internet sembra profondamente integrato con le strategie di azione e le identità odierne di questi gruppi in Europa e oltre. Essi lo usano attivamente per promuovere e diffondere la loro ideologia, reclutare nuovi membri, organizzare eventi e presentare fatti su temi a loro a cuore come immigrazione e islam, religione, valori conservatori (ad esempio aborto, coppie gay) e via dicendo (Bartlett, Birdwell e Littler 2011, p. 30). I siti web possono infatti essere considerati in questo senso, anche per le organizzazioni di destra radicale, così come già sottolineato dalla ricerca sui movimenti di sinistra, come "strutture emergenti della partecipazione civica online" (Bruszt, Vedres e Stark 2005, p. 151). Alcuni usi politici di internet, tuttavia, sono emersi come più difficili per questi gruppi, come dimostra la presenza moderata e discontinua di dibattiti virtuali interattivi sui siti web analizzati (anche se questo è probabilmente controbilanciato dal loro ampio uso dei social network, come Facebook e Twitter) così come l'organizzazione della loro mobilitazione online. Ulteriori ricerche sull'estrema destra e l'utilizzo da parte di essa della nuova frontiera dei social media sono auspicabili in futuro. In secondo luogo, il nostro studio ha anche evidenziato che le forme di cyberattivismo di destra non emergono nel vuoto, ma sono invece collegate (e adattate?) a specifici fattori contestuali e organizzativi. Sebbene non abbiamo trovato molte differenze tra i diversi tipi di organizzazioni nell'intensità del loro uso di internet, suggerendo che l'azione online è diventata ormai parte del repertorio di azione usuale del più ampio milieu della destra radicale (oltre i partiti), abbiamo tuttavia riscontrato che le risorse organizzative sono importanti rispetto alle forme di attivismo online adottate (Della Porta e Mosca 2006).

Alcune domande riguardanti il cyberattivismo di destra rimangono tuttavia senza risposta. Innanzitutto, qual è il vero valore aggiunto dell'attivismo online per questi gruppi, se molti di essi tendono ancora a diffidare delle attività sul web rispetto a quelle reali? È solo una questione di resistenza all'innovazione o hanno qualche motivazione concreta per tale sfiducia? Come, ad esempio, la diffusa opinione che il cyberattivismo, con le sue

interazioni virtuali, non possa essere considerato affidabile e solido come l'attivismo faccia a faccia della vita reale? Come abbiamo visto, infatti, per questi gruppi internet svolge una funzione efficace di comunicazione e promozione di eventi, che continuano comunque a essere organizzati e svolti offline. Tuttavia, la domanda rimane: davvero l'attivismo politico online si trasferisce poi in attivismo nel mondo reale?

Appendice

Interviste ai rappresentanti delle organizzazioni di destra radicale citate

- Int. 1: Partito politico, Die Bunten, 7/10/2011, Austria.
- Int. 2: Partito politico, anonimo, 9/11/2011, Austria.
- Int. 4: Partito politico, Fpö, 25/11/2011, Austria.
- Int. 5: Organizzazione mediatica, 28/11/2011, Austria.
- Int. 6: Organizzazione, Ölm, 2/12/2012, Austria.
- Int. 7: Movimento politico, anonimo, 2/12/2012, Austria.
- Int. 8: Partito politico, Bgd, 28/11/2011, Germania.
- Int. 9: Partito politico, Npd, 4/11/2011, Germania.
- Int. 10: Organizzazione, Jn, 9/1/2012, Germania.
- Int. 11: Movimento politico, anonimo, 22/1/2012, Germania.
- Int. 12: Movimento politico regionale, anonimo, 5/2/2012, Germania.
- Int. 13: Organizzazione, Mupinfo, 3/3/2012, Germania.
- Int. 14: Attivista singolo, anonimo, 16/3/2012, Germania.
- Int. 15: Partito politico, British Freedom Party, 19/2/2012, Inghilterra.
- Int. 16: Partito politico, The English Democrats, 29/3/2012, Inghilterra.
- Int. 17: Rete, Vnn, 19/1/2012, Stati Uniti.
- Int. 18: Organizzazione, White Revolution, 10/1/2012, Stati Uniti.
- Int. 19: Rete, The Insurgent, 19/1/2012, Stati Uniti.
- Int. 20: Organizzazione nazionalista bianca (*white nationalist*), anonima, 4/2/2012, Stati Uniti.
- Int. 21: Organizzazione non profit, educativa e sociale, anonima, 17/2/2012, Stati Uniti.
- Int. 22: Partito politico, anonimo, 22/2/2012, Stati Uniti.
- Int. 23: Organizzazione etno-politica, anonima, 11/5/2012, Stati Uniti.
- Int. 24: Organizzazione, Nuova destra sociale, 9/1/2012, Italia.
- Int. 25: Organizzazione, Movimento nazional popolare, 16/4/2012, Italia.
- Int. 26: Organizzazione, Patria nostra, 29/1/2012, Italia.
- Int. 31: Organizzazione, CasaPound, 6/3/2012, Italia.
- Int. 33: Organizzazione, Unt, 2/2/2012, Spagna.
- Int. 34: Partito politico, Falange de las Jons, 16/2/2012, Spagna.
- Int. 35: Partito politico, España 2000, 23/1/2012, Spagna.
- Int. 36: Partito politico, Falange autentica, 11/4/2012, Spagna.
- Int. 37: Organizzazione, Bloc identitaire, 31/1/2012, Francia.
- Int. 38: Organizzazione, Reflechir & agir, 14/2/2012, Francia.
- Int. 42: Organizzazione, Front national de la jeunesse, 5/3/2012, Francia.

Note

¹In questo studio, in linea con la letteratura accademica sull'argomento (es. Mudde 2007), definiamo un gruppo come appartenente alla famiglia dell'estrema destra o destra radicale quando espone fra le sue caratteristiche ideologiche di fondo: nazionalismo, xenofobia, critiche anti-establishment o antisistema e autoritarismo socioculturale (legge e ordine, valori familiari). La selezione dei casi è avvenuta a partire dall'autodefinizione del gruppo e dalla natura predominante del messaggio trasmesso attraverso il sito web.

²Le interviste sono state condotte tra il 2010 e il 2011. La durata variava da mezz'ora a un'ora e mezzo. Il tasso di risposta è stato solo del 30%. Il questionario semi-strutturato, composto da domande chiuse e aperte, chiedeva delle strategie di comunicazione e mobilitazione politica del gruppo, nell'era di internet.

³L'analisi del contenuto è stata condotta nei sette paesi fra il 2009 e il 2011.

⁴Nel questionario abbiamo chiesto ai nostri intervistati di valutare (su una scala da zero a quattro), il grado in cui internet e i siti web servono alla loro organizzazione per le seguenti attività: ideologia, comunicazione, informazione, transnazionalizzazione, raggiungere potenziali sostenitori, creare identità di gruppo.

⁵Abbiamo classificato gli usi dei siti web da parte dei gruppi di destra radicale emersi dall'analisi in sei grandi macro-categorie: a) informazione (che include variabili che misurano quanto l'organizzazione diffonda materiale informativo tramite il proprio sito web come articoli, materiale bibliografico, ecc.); b) comunicazione (che riunisce variabili che guardano alla presenza sul sito web di strumenti di comunicazione come e-mail, contatti telefonici, forme di feedback, ecc.); c) ideologia (con variabili che hanno l'obiettivo di rilevare l'uso del sito web per trasmettere gli obiettivi del gruppo, definire le sue politiche generali e presentare l'ideologia fondante), d) propaganda (che comprende variabili con lo scopo di rilevare la presenza sul sito di contenuti di propaganda verso gli outsider e insider, come ad esempio simboli, materiali multimediali, ecc.); e) comunità/identità virtuali (con variabili che si riferiscono all'uso di internet da parte di questi gruppi come un'arena per lo stimolo di dibattiti e discussioni, ad esempio con la presenza sul sito di forum, newsletter, chat, ecc.); f) mobilitazione e reclutamento (riguardante l'uso di internet come strumento di attivazione di membri e simpatizzanti per azioni offline e online, come ad esempio per pubblicizzare campagne politiche, promuovere petizioni online, fornire istruzioni per azioni offline, ecc.); e, infine, g) internazionalizzazione (con variabili relative all'uso dei siti web per costruire contatti transnazionali con altri gruppi in altri paesi e fare appello a un pubblico internazionale, con contenuti tradotti in altre lingue, ecc.). Ciascun indicatore è stato codificato attraverso una variabile dummy, a seconda della sua presenza o meno sul sito web del gruppo. Infine abbiamo costruito indici additivi sommando (e normalizzando) il punteggio di tutti i vari indicatori per ogni macro dimensione. Per maggiori dettagli, Caiani e Parenti 2013.

⁶Queste organizzazioni si riferiscono al Terzo Reich e sono in genere apologetiche della Germania nazionalsocialista. I loro siti contengono simboli nazisti, riferimenti alla purezza della razza ariana, e incitamento all'odio razziale.

⁷Le principali caratteristiche dei gruppi revisionisti e negazionisti sono il revisionismo storico e la negazione dell'Olocausto.

⁸Queste organizzazioni di estrema possono essere divise in due sottogruppi: le associazioni culturali tradizionali, e i gruppi New Age e neo-mistici.

⁹In questa categoria abbiamo inserito i partiti politici di estrema destra (per una definizione si veda Norris 2005) e in generale tutti quei gruppi che si sono autodefi-

niti partiti e che prendono parte attivamente ad attività politiche (elezioni, dibattiti politici, ecc). Sono incluse anche le organizzazioni giovanili legate ai partiti politici, i giornali, le riviste e i settimanali politici.

¹⁰Con un punteggio rispettivamente di 0,42, 0,37, 0,38 e 0,37 sull'indice di attivismo politico online.

¹¹Questi gruppi considerano la musica (che spesso definiscono come antagonista) e lo sport i loro principali interessi, e i loro siti web sono caratterizzati da simboli fascisti o nazisti o da simboli ripresi dalla mitologia celtica. I contatti tra gli skinhead e i gruppi ultrà del calcio sono molto frequenti in alcuni paesi europei.

¹²Esempi di organizzazioni single issue sono l'inglese Campaign for a Referendum on Immigration, e Stop the Islamification of Europe.