

IL RUOLO DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA DI FRONTE ALLE SFIDE DELL'IMMIGRAZIONE



Il presente quaderno è stato pubblicato in attuazione del Protocollo d'intesa regionale sulla comunicazione interculturale nell'ambito del Progetto **Azioni di sistema per lo sviluppo della comunicazione interculturale in Emilia-Romagna 2** finanziato dalla **Regione Emilia-Romagna** con deliberazione di G.R. 1198 del 06/08/2015. Capofila del Progetto: **COSPE Onlus**

Supervisione dei testi e coordinamento operativo

Barbara Buralassi e Andrea Facchini

Servizio Politiche per l'integrazione sociale,
il contrasto alla povertà e Terzo settore
Regione Emilia-Romagna

Alessandro Finelli

Servizio Politiche sociali e socio educative
Regione Emilia-Romagna
E-R Sociale <http://sociale.regione.emilia-romagna.it/>

Camilla Bencini e Alessia Giannoni

COSPE

Coordinamento editoriale

Tiziana Gardini

Agenzia informazione e comunicazione
Regione Emilia-Romagna

Stampa a cura del

Centro stampa regionale, giugno 2017

Grafica a cura di  **COSPE**

INDICE

Presentazione	pag. 4
Introduzione Il ruolo della comunicazione pubblica nelle politiche di integrazione	pag. 7
Capitolo 1 La Comunicazione Pubblica	pag. 8
1.1 Quadro normativo di riferimento e inquadramento istituzionale	pag. 9
1.2 Ruolo della comunicazione pubblica nella trattazione dei temi che riguardano l'immigrazione	pag. 11
Capitolo 2 I processi di comunicazione nella progettazione degli Enti Locali	pag. 15
Capitolo 3 La comunicazione di cittadinanza	pag. 16
Capitolo 4 Le linee guida per l'applicazione della Carta di Roma rivolte alla comunicazione pubblica	pag. 18
4.1 La terminologia	pag. 19
4.2 Accuratezza dell'informazione	pag. 22
4.3 Tutela dell'identità	pag. 25
4.4 Le fonti	pag. 26
Allegato Cose da ricordare: La diversity checklist	pag. 30

PRESENTAZIONE

Di fronte alle sfide dell'immigrazione le istituzioni pubbliche si interrogano, con sempre maggiore frequenza, su come migliorare e rendere più efficace la comunicazione e l'informazione verso le comunità amministrative che si presentano sempre più eterogenee per provenienze, lingue, culture e fedi religiose.

In un tale contesto, le istituzioni pubbliche sono chiamate a far fronte anche alle esigenze dei cittadini stranieri, a partire dal bisogno di ricevere informazioni e comunicazioni quanto più complete e precise possibili in applicazione dei principi di professionalità, trasparenza e semplificazione della pubblica amministrazione.

La comunicazione pubblica rappresenta infatti una leva strategica anche per governare il fenomeno migratorio e l'inclusione dei cittadini stranieri, promuovendo quanto più possibile una coesione sociale effettiva.

In questi anni la Regione ha lavorato su più fronti che si possono riassumere in:

- sostegno a iniziative di comunicazione interculturale (attività di ricerca, percorsi formativi, collaborazione tra media locali e media interculturali, laboratori di media education, ecc.), finalizzate a migliorare la qualità dell'informazione sul tema dell'immigrazione per cercare di superare il divario esistente tra realtà e percezione/rappresentazione del fenomeno migratorio a livello collettivo;

- formazione e aggiornamento degli operatori pubblici, favorendo, in particolare, l'acquisizione di competenze interculturali e la conoscenza della normativa in materia di immigrazione e di tutela dei diritti/antidiscriminazione, puntando l'attenzione sulla semplificazione delle procedure e del linguaggio burocratico;

- potenziamento e specializzazione degli sportelli informativi di primo livello¹ per stranieri e impiego dei medesimi come punti informativi di secondo

1. In Emilia-Romagna opera una rete di oltre 140 sportelli informativi per stranieri attivati dagli Enti locali (in proprio o in convenzione). Per approfondimenti è possibile consultare il sito E-R Sociale all'indirizzo: <http://sociale.regione.emilia-romagna.it/immigrati-e-stranieri/temi/sportelli-informativi-mediazione-e-orientamento>.

livello a sostegno degli operatori degli URP e di altri sportelli come, ad esempio, quelli sociali.

Nel corso degli anni è maturata la consapevolezza che, per poter migliorare la comunicazione pubblica e istituzionale, fosse necessario affrontare il tema dell'intercultura in modo trasversale e non esclusivamente nell'ambito delle politiche sociali.

Pertanto ci siamo mossi anche in questa direzione.

Un primo passaggio fondamentale è stato la definizione e la firma del "Protocollo d'intesa regionale sulla comunicazione interculturale"² di durata triennale, a cui hanno aderito numerose organizzazioni esperte nel settore dei media e della comunicazione.

Si tratta di un patto con cui la Regione e le organizzazioni firmatarie si impegnano a realizzare iniziative e interventi volti a promuovere una convivenza plurale rispettosa della dignità e dei diritti di tutta la cittadinanza, facilitando il processo di condivisione, scambio e apertura verso altre culture. Con questa pubblicazione, realizzata in attuazione del Protocollo, presentiamo le linee guida sulla comunicazione interculturale pensate insieme ad Associazione Carta di Roma³, Università di Bologna, COSPE Onlus⁴, Associazione italiana della comunicazione pubblica e istituzionale⁵ e ANCI Emilia-Romagna⁶.

Si troveranno spunti di riflessione di grande interesse e di attualità sul ruolo della comunicazione nella trattazione dei temi che riguardano l'immigrazione.

2. Il Protocollo, promosso dalla Regione Emilia-Romagna, è stato approvato con Deliberazione di G.R. n. 1790/2013. Le organizzazioni che lo hanno sottoscritto sono state una trentina tra cui: CORECOM dell'Emilia-Romagna, Associazione della Stampa Emilia-Romagna, Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale, Consulta regionale per l'integrazione sociale dei cittadini stranieri immigrati, Alma Mater Studiorum Università di Bologna – Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali e Master in Giornalismo, Rappresentanze regionali di ANCI e UPI, Legautonomie Emilia-Romagna e UNCEM Emilia-Romagna, Ufficio Scolastico Regionale per l'Emilia-Romagna, Centri Interculturali dell'Emilia-Romagna, testate giornalistiche e soggetti pubblici e privati che prevedono, tra le proprie finalità statutarie, i contenuti oggetto del presente protocollo.

3. L'Associazione Carta di Roma è stata fondata nel dicembre 2011 per dare attuazione al protocollo deontologico per una informazione corretta sui temi dell'immigrazione, siglato dal Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti (CNOG) e dalla Federazione Nazionale della Stampa Italiana (FNSI) nel giugno del 2008.

4. COSPE Onlus è un'associazione che opera in 30 Paesi del mondo con circa 150 progetti. Si occupa di sviluppo equo e sostenibile, rispetto dei diritti umani, pace e giustizia tra i popoli. Da oltre 15 anni è impegnato in attività di studio, ricerca e interventi per promuovere la diversità culturale nei media.

5. L'Associazione italiana della comunicazione pubblica, nata nel 1990, si occupa delle questioni legate alla cultura della comunicazione pubblica, alla formazione e alla professione, con l'obiettivo di valorizzare le competenze degli associati, la garanzia del rispetto delle regole deontologiche e la tutela degli utenti.

6. ANCI è l'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani, la cui finalità principale è la difesa e l'affermazione del principio dell'autonomia comunale, che trova riconoscimento nella nostra Costituzione. L'Associazione nazionale è costituita dalle Associazioni regionali. L'ANCI Emilia-Romagna è stata istituita il 3 maggio 1969 a Bologna.

I comunicatori pubblici vengono opportunamente sollecitati al rispetto dei principi contenuti nel protocollo deontologico incluso nella Carta di Roma del 2008, a partire da questioni fondamentali quali: la terminologia, l'accuratezza dell'informazione, la tutela dell'identità e le fonti.

In questo particolare momento ritengo sia quanto mai necessario fornire una informazione corretta ed equilibrata per restituire appieno la rappresentazione di tutti gli aspetti del fenomeno migratorio e promuovere una visione strategica e inclusiva della partecipazione dei cittadini stranieri immigrati alla vita delle comunità territoriali regionali.

Si tratta di una sfida importante per la Regione Emilia-Romagna e più in generale per le istituzioni pubbliche, da sempre impegnate a costruire un rapporto reciprocamente consapevole con le proprie comunità di riferimento.

Conoscenza, visibilità e fiducia sono, infatti, elementi fondamentali che un amministratore pubblico dovrebbe tenere sempre ben presenti nel rapporto quotidiano con i cittadini.

Elisabetta Gualmini

Vicepresidente e Assessore al welfare e politiche abitative

INTRODUZIONE

IL RUOLO DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA NELLE POLITICHE DI INTEGRAZIONE

Chiara Sapigni
**Responsabile Coordinamento Politico sull'immigrazione
di ANCI Emilia-Romagna**

Investire nella diversità culturale, quale dimensione essenziale del dialogo interculturale, rappresenta una delle principali sfide dei Comuni dell'Emilia-Romagna che si presentano sempre più come una realtà sociale eterogenea per provenienze, lingue, culture e religioni.

I dati dell'Osservatorio regionale sul fenomeno migratorio confermano, infatti, che l'Emilia-Romagna (con 536.022 cittadini stranieri residenti) si attesta come la regione con il più alto tasso di incidenza di stranieri sulla popolazione in Italia (12% contro l'8,1 della media nazionale).

Ciò che colpisce di più è l'estrema eterogeneità delle provenienze dei migranti con oltre 170 Paesi rappresentati. I Comuni, in questo processo, sono un elemento fondamentale perché più vicini ai cittadini e più a conoscenza delle singole realtà ed opportunità. Essi sono chiamati ad interpretare il cambiamento determinato dalla presenza di persone provenienti da diverse culture in modo originale e non stereotipato.

Per gli Enti Locali la comunicazione pubblica può rappresentare, pertanto, un ambito d'intervento fondamentale per la realizzazione di efficaci politiche di integrazione rivolte ai cittadini e alle cittadine stranieri/e, rifugiati/e o richiedenti asilo. I media, infatti, ricoprono un'importanza strategica poiché sono chiamati ad esercitare un'azione responsabile volta, da un lato, a fornire una informazione equilibrata, evitando la diffusione di pregiudizi, stereotipi e false rappresentazioni e, dall'altro, a farsi promotori di un dialogo reciproco tra culture.

La comunicazione pubblica, in particolare, può contribuire a costruire e mantenere legami di rete tra soggetti istituzionali, di categoria e della società civile per sviluppare programmi che mantengano viva la riflessione e l'attenzione sull'importanza dei processi di inclusione sociale.

CAPITOLO 1

LA COMUNICAZIONE PUBBLICA

Chiara Gius
Università di Bologna

In una realtà sociale entro cui le attività di comunicazione assumono una valenza fondamentale nella promozione e nella facilitazione dei percorsi di vita degli individui, la comunicazione pubblica è da tempo al centro di una crescente attenzione da parte dei decisori politici, dei lavoratori della pubblica amministrazione e dei cittadini stessi, che attraverso di essa raccolgono informazioni rilevanti al fine di esercitare in maniera efficace i propri diritti di cittadinanza.

L'allargamento nelle modalità di accesso, produzione e fruizione delle informazioni reso possibile dallo sviluppo delle nuove tecnologie e la crescente attenzione rivolta verso lo sviluppo di tecniche di comunicazione sempre più sofisticate richiedono al comunicatore pubblico di stare al passo con i tempi, lavorando per produrre un flusso informativo e comunicativo in grado di veicolare una visione strategica e unitaria capace di rendere conto della complessità dell'azione politico-istituzionale.

Una comunicazione dunque che si configura contemporaneamente efficiente ed efficace, capace di informare circa le modalità di gestione della cosa pubblica attraverso canali e linguaggi ben conosciuti dai cittadini a cui essa si rivolge.

In questo quadro, che richiama una crescente complessità e una sempre più attenta necessità di valorizzare la professionalità e le competenze dei comunicatori pubblici (qui intesi come un gruppo di professionisti con profili ampi e trasversali che possono includere le figure giornalistiche, gli addetti alla comunicazione dei vari servizi/settori, ma anche i responsabili dell'aggiornamento delle pagine web o gli operatori degli URP), è importante prestare attenzione ai diversi segmenti di cui la cittadinanza si compone, per promuovere un accesso alle informazioni che si profili come equo e rispettoso delle variegate esigenze che ne caratterizzano i diversificati fabbisogni informativi e comunicativi.

1.1 QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO E INQUADRAMENTO ISTITUZIONALE

Parlare di immigrazione all'interno della comunicazione pubblica significa affrontare un argomento complesso, in cui spesso l'azione politica e amministrativa di cui si è tenuti a rendere conto appare al comunicatore come un terreno insidioso, facile a prestare il fianco a critiche e malcontenti.

Molto di quello che viene fatto e prodotto all'interno della pubblica amministrazione che riguarda i cittadini stranieri immigrati spesso non viene adeguatamente valorizzato e comunicato, non tanto per la mancanza dell'azione promossa, quanto per le possibili difficoltà che questo tipo di politiche si trovano a dover affrontare una volta pubblicizzate.

In questo senso, l'immigrazione rappresenta – forse più di tanti altri temi – un argomento entro cui differenze, contrasti e visioni divergenti si rivelano maggiormente sfidanti, anche, ma non solo, nell'evidente necessità da parte di coloro che si occupano di comunicazione di identificare narrazioni autonome rispetto a quelle che su questi temi spesso circolano all'interno della sfera pubblica.

Eppure, una corretta ed efficace comunicazione della pubblica amministrazione circa le scelte politico-amministrative e le iniziative istituzionali si profila fondamentale al fine di promuovere una visione strategica e inclusiva della partecipazione dei cittadini stranieri immigrati alla vita dei diversi territori di appartenenza.

Una visione capace cioè sia di sostenere e facilitare i processi di integrazione, che di mettere in luce e valorizzare il carattere sempre più strategicamente rilevante giocato da questo specifico gruppo di cittadini nei processi di sviluppo (economico, sociale e culturale) locali.

In quest'ottica l'impegno che da lungo tempo la Regione Emilia-Romagna ha portato avanti è stato quello di lavorare fortemente alla promozione e al sostegno di una cultura comunicativa che si configuri quanto più inclusiva possibile.

Lo sforzo, in altre parole, è stato quello di cercare di rispondere in maniera efficace e adeguata alle trasformazioni che interessano le dinamiche demografiche del territorio regionale, facendo emergere il profilo di una

realtà sociale caratterizzata da tratti sempre più multietnici e multiculturali entro cui la popolazione straniera assume sempre maggiore rilevanza e protagonismo.

Le attività di comunicazione interculturale diventano pertanto oggetto di uno specifico articolo della Legge Regionale 24 marzo 2004, n. 5 "Norme per l'integrazione sociale dei cittadini stranieri immigrati. Modifiche alle Leggi Regionali 21 febbraio 1990, n. 14 e 12 marzo 2003, n. 2" attraverso cui, assieme ad altri aspetti caratterizzanti, si afferma anche l'importanza di sostenere lo sviluppo di azioni dirette a garantire un'adeguata formazione del personale della Regione e degli Enti locali al fine di assicurare a questo gruppo specifico di residenti pari condizioni di accesso alle informazioni prodotte a livello istituzionale.

A sostegno di questo impegno è stata successivamente promossa e sostenuta l'attuazione di un Protocollo regionale di intesa sulla comunicazione interculturale che si pone come obiettivo quello di sostenere l'azione politica-amministrativa attraverso un coinvolgimento mirato di operatori della pubblica amministrazione e di altri soggetti operanti sul territorio.

In particolare il protocollo identifica una serie di azioni specifiche atte a sostenere il ruolo fondamentale che la comunicazione riveste nel facilitare i processi di integrazione sociale dei cittadini stranieri immigrati, lavorando attivamente per arricchire gli strumenti di auto-rappresentazione e partecipazione alla vita sociale e culturale dei cittadini stranieri, per migliorare la percezione generale del fenomeno migratorio nei diversi territori e per sostenere un avvicinamento della pubblica amministrazione al cittadino facilitando le attività di comunicazione circa le politiche e le iniziative istituzionali.

Si sbaglierebbe però a leggere tali iniziative come autonome e indipendenti rispetto a una cornice più ampia e integrata entro cui tutte le attività di comunicazione della Regione Emilia-Romagna dovrebbero venire a inserirsi. Progettare azioni comunicative dirette ai cittadini stranieri immigrati non significa lavorare all'interno di un campo dai confini precisi entro cui gli altri segmenti della popolazione non possano trovare spazio e attenzione.

Di contro, occuparsi di comunicare e informare circa politiche e iniziative non specificatamente pensate per essere rivolte ai cittadini stranieri non esclude il dover lavorare alla costruzione di una comunicazione capace di

profilarsi come ugualmente attenta alle istanze e alle necessità informative espresse dai segmenti minoritari della popolazione regionale.

In questo senso diventa fondamentale per il comunicatore pubblico sapere adottare un approccio capace di leggere la simultanea e molteplice appartenenza dei propri interlocutori a più categorie sociali differenti, esprimendo una visione capace di cogliere la trasversalità e la complessità delle diverse appartenenze identitarie.

L'applicazione delle linee guida qui proposte non esaurisce, di fatto, l'attenzione che è necessario prestare ad altri aspetti di equità e responsabilità nella progettazione di ogni azione comunicativa come quelli, ad esempio, sanciti dalla Legge Regionale 27 giugno 2014, n. 6 "Legge quadro per la parità e contro le discriminazioni di genere" che hanno portato alla successiva articolazione di apposite linee guida finalizzate a fornire indicazioni precise e puntuali circa quelle che sono le azioni opportune da compiere per facilitare la produzione di una comunicazione attenta e sensibile alla diversità di genere.

1.2

RUOLO DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA NELLA TRATTAZIONE DEI TEMI CHE RIGUARDANO L'IMMIGRAZIONE.

Sono tre le dimensioni d'uso su cui è necessario riflettere per meglio comprendere l'importanza strategica che una corretta azione informativa e comunicativa diretta ai cittadini stranieri immigrati riveste all'interno della comunicazione promossa dagli Enti pubblici.

La **prima dimensione** che è utile evidenziare è quella relativa alle differenti modalità attraverso cui la pubblica amministrazione informa rispetto ai temi legati all'immigrazione, al multiculturalismo, alle politiche di integrazione e, più in generale, circa le dinamiche che interessano le variegate componenti etniche e culturali che caratterizzano la popolazione straniera residente all'interno dei propri territori di riferimento.

Si tratta di prestare attenzione alle diverse declinazioni adottate dalla PA per progettare e la propria comunicazione istituzionale, al fine di garantire

la diffusione e la circolazione d'informazioni capaci di descrivere i diversi aspetti del fenomeno migratorio, e l'azione politico-amministrativa a esso associata in maniera corretta e puntuale.

Questa necessità si esprime principalmente nel sostenere la diffusione e l'uso fra i comunicatori pubblici di un lessico che si configuri come trasparente e appropriato, capace di descrivere in maniera pertinente e non riduttiva un fenomeno che si caratterizza per essere fortemente composito e diversificato.

Per parlare correttamente d'immigrazione il comunicatore pubblico dovrà essere il primo in grado di padroneggiare con competenza e precisione la corretta terminologia da impiegare nella descrizione del fenomeno e delle sue diverse componenti, favorendo, qualora ve ne sia necessità e disponibilità, anche il ricorso a narrazioni indipendenti e autonome rispetto a quelle circolanti all'interno della sfera pubblica.

In particolare la comunicazione istituzionale dovrà evitare il ricorso all'uso di immagini stereotipate dei cittadini stranieri residenti, adottando invece una rappresentazione che, sempre nel rispetto di valori e norme comuni, ne valorizzi i diversi profili lavorando per normalizzare le differenze anziché accentuarle.

In altre parole, l'immagine istituzionale dovrà sempre più farsi carico di rappresentare all'interno della propria azione comunicativa la crescente eterogeneità della popolazione, riconoscendo le diversità di costumi, tradizioni e ritualità come elementi costitutivi dell'identità locale e non come eccezionalità che si distaccano dalla norma.

La **seconda dimensione** d'uso a cui bisogna fare riferimento quando si riflette sul ruolo giocato dalla comunicazione pubblica rispetto ai bisogni informativi dei cittadini stranieri residenti è quella relativa alla comunicazione di servizio.

Questo specifico aspetto della progettazione comunicativa della pubblica amministrazione appare fondamentale al fine di garantire anche alle fasce più deboli della popolazione il rispetto di un principio di equità nell'accesso alle informazioni capace di assicurare a ciascun cittadino autonomia di scelta e di gestione dei procedimenti amministrativi.

In questo senso la pubblica amministrazione deve riconoscere e farsi carico della relazione che lega l'azione comunicativa/informativa al successo dei

percorsi di integrazione dei cittadini stranieri. In particolare, l'accesso alla comunicazione di servizio rappresenta lo strumento principe attraverso cui i cittadini stranieri residenti imparano a navigare la complessità del sistema burocratico e ottengono gli strumenti loro necessari per meglio comprendere il funzionamento del modello organizzativo che contraddistingue la società di accoglienza.

Riconoscere e garantire un ampio accesso alla comunicazione di servizio a tutti i segmenti della cittadinanza non significa quindi unicamente assicurare la correttezza e l'indipendenza dell'informazione, evitando così possibili usi distorti della stessa, ma anche riconoscere il ruolo di ponte che la pubblica amministrazione ricopre nel socializzare i nuovi cittadini ai propri diritti e doveri, facilitando l'accesso alle diverse risorse comunicative e prestando aiuto e ascolto a quanti ne abbiano necessità.

Il comunicatore pubblico dovrà pertanto riuscire a portare avanti una lettura del dato socio-demografico relativo alle diverse componenti della popolazione utile al fine di stabilire le diverse priorità da dare alle azioni comunicative promosse dalla propria organizzazione/servizio e a individuare le modalità più congruenti per raggiungere i diversi pubblici da coinvolgere. Tali competenze appaiono fondamentali al fine di assicurare la corretta individuazione dei target specifici di riferimento e per scegliere i linguaggi, i mezzi, i canali e i tempi più adatti per assicurare la massima diffusione e fruibilità dell'iniziativa comunicativa.

Infine, la **terza dimensione** che è necessario tenere in considerazione quando si riflette sul ruolo giocato dalla comunicazione pubblica nel promuovere l'integrazione dei cittadini stranieri residenti è quella relativa alla comunicazione di cittadinanza.

Questo livello comunicativo, che appare meno slegato alle istanze amministrative e burocratiche e maggiormente connesso a una dimensione simbolica di appartenenza alla società di accoglienza, risulta esercitare una funzione strategica nel favorire la costruzione di quel legame di fiducia reciproca fra istituzione e cittadino straniero necessario per garantire il successo delle politiche di integrazione.

La comunicazione pubblica diventa in questo senso espressione di un meccanismo entro cui le istituzioni e la cittadinanza entrano in relazione fra loro sollecitando la partecipazione civica dei cittadini alla costruzione del

processo decisionale pubblico. Trasparenza, condivisione e coinvolgimento sono tutti aspetti che contraddistinguono la comunicazione di cittadinanza, il cui potenziale appare tanto più rilevante nel momento in cui può diventare espressione dell'avvicinamento ai processi di negoziazione dell'azione pubblica di un segmento della popolazione che spesso deve attendere tempi burocratici molto lunghi per esercitare la propria partecipazione politica nelle sedi formali preposte a essa.

In questo senso il comunicatore pubblico dovrà trovare le strategie più adatte per promuovere una comunicazione capace di sollecitare il coinvolgimento della popolazione straniera residente, veicolando l'importanza attribuita dal decisore a tutte le forme di partecipazione attiva e valorizzando le auto-rappresentazioni che emergeranno dal coinvolgimento dei diversi gruppi di cittadini stranieri all'interno delle diverse iniziative informative e comunicative organizzate per sostenerne la loro partecipazione alla vita pubblica.

Le dimensioni d'uso qui tratteggiate rappresentano solamente alcuni degli elementi attorno ai quali è possibile impostare la riflessione circa il ruolo giocato dalla comunicazione pubblica rispetto alla capacità di sostenere i processi di integrazione dei cittadini stranieri nella società di accoglienza. Al di là della discussione del singolo aspetto su cui possa valere la pena soffermare di volta in volta la propria attenzione, ciò che appare fondamentale rimane essere la capacità degli Enti pubblici di riconoscersi in una visione unitaria, strategica e condivisa degli obiettivi che si intendono perseguire attraverso la propria azione comunicativa, nello sforzo costante di mettere al centro le esigenze di comunicazione espresse da tutte le diverse componenti della cittadinanza in un'ottica di servizio, consapevole delle implicazioni del proprio operato e attenta alla qualità e all'accessibilità della propria informazione.

CAPITOLO 2

I PROCESSI DI COMUNICAZIONE NELLA PROGETTAZIONE DEGLI ENTI LOCALI

Giacomo Prati e Matteo Zocca
Program Manager – Direzione Operativa ANCI Emilia-Romagna

I mezzi di comunicazione svolgono un ruolo attivo fondamentale nell'accompagnare la trasformazione dei Comuni verso un modello sociale e culturale rinnovato, aperto e attento al rafforzamento della coesione sociale.

Per raggiungere quest'obiettivo, oggi i Comuni sono chiamati a realizzare interventi assieme ad una vasta gamma di attori, istituzionali e non (Enti periferici dello Stato, soggetti del Terzo settore, Scuole, Imprese), divulgando queste azioni alla cittadinanza in maniera chiara.

Solo se le informazioni relative a queste iniziative circolano efficacemente, in una logica di scambio e condivisione, si possono incoraggiare lo spirito del confronto e del dialogo, arricchendo di elementi nuovi gli interlocutori, siano essi cittadini o altre istituzioni. Anci Emilia-Romagna, affiancandosi ai Comuni, è sempre più impegnata nel facilitare queste relazioni e collaborazioni tra enti, anche al fine di definire progettazioni congiunte, in un'ottica di lavoro a rete che possa promuovere le buone pratiche già presenti negli Enti Locali.

Spesso, infatti, le qualità dei singoli percorsi territoriali non riescono ad emergere e rimangono isolate, senza poter essere un valore aggiunto anche per altre realtà, proprio perché il flusso comunicativo verso l'esterno non è concepito come parte integrante del progetto. Bisogna, allora, considerare i media all'interno del processo progettuale, poiché una buona trasmissione dell'informazione amplifica il messaggio e contribuisce a rendere il cittadino ed i territori più partecipi e consapevoli. A maggior ragione ciò è valido se si parla di un tipo di comunicazione complessa come quella interculturale.

Essa, infatti, ha come obiettivo quello di stimolare ed attivare un dialogo che superi qualsiasi discriminazione e che possa essere un ponte tra credenze, valori e tradizioni diverse. La comunicazione può diventare, così, un'occasione sia di crescita personale che dell'intera comunità.

CAPITOLO 3

LA COMUNICAZIONE DI CITTADINANZA

**Paolo Tamburini - Associazione Italiana
della Comunicazione Pubblica e Istituzionale**

La comunicazione pubblica in Italia ha fatto dall'inizio degli anni novanta del secolo scorso ad oggi un lungo, interessante ed utile percorso.

Si è saldata con l'esigenza di rinnovamento della pubblica amministrazione in risposta alle domande provenienti da società, economia, cittadinanza.

Da attività accessoria, destinata principalmente alla promozione politico istituzionale, la comunicazione ha cominciato anche in Italia ad affermarsi negli ultimi due decenni come attività necessaria per il buon funzionamento dei servizi e per coinvolgimento dei cittadini nelle strategie e azioni dell'ente, parte integrante di ogni politica pubblica, da affidare a specifiche risorse professionali.

Un processo di maturazione, che ha trovato il proprio punto di sintesi con la legge 150/2000.

Dall'erogazione di informazioni ai cittadini e predisposizione di prodotti per i diversi media, le amministrazioni hanno intrapreso anche le strade della comunicazione di "servizio" e di "cittadinanza".

Un orientamento, il primo, finalizzato non solo a informare ma a mettere a disposizione di personale interno la PA, cittadini, imprese, altre pubbliche amministrazioni, servizi e strumenti che servono alle loro attività quotidiane. Un orientamento il secondo finalizzato a coinvolgere i cittadini nelle scelte strategiche della pubblica amministrazione e dei territori quali lo sviluppo sostenibile, la coesione sociale, la società della conoscenza.

La comunicazione interculturale è parte importante della comunicazione di cittadinanza, ed il laboratorio avviato in Emilia-Romagna su iniziativa del settore delle Politiche sociali, ed i suoi primi risultati, ne sono conferma. Una chiave di lettura dei processi sociali e culturali ed una pratica che ne

facilita una evoluzione dinamica. Un lavoro quanto mai necessario, oggi che rischiano di consolidarsi nella società percezioni e relazioni negative che generano sfiducia, paura e discriminazione.

Nell'ecosistema comunicativo odierno spesso si consolidano gruppi sociali chiusi in se stessi con punti di vista preconcepi, visioni particolaristiche indisponibili al confronto.

È uno scenario da prevenire, proponendo interpretazioni aperte e verificabili, nuove chiavi di lettura sistemiche e inclusive, percorsi di messa in discussione delle verità indiscutibili e immutabili, attraverso nuove modalità di relazione e dialogo interculturale.

In altre parole: costruire contesti e percorsi che includono, coinvolgono e responsabilizzano (caring ed empowerment delle comunità locali), nei quali si mettono in discussione i vecchi paradigmi e se ne assumono e sperimentano di nuovi misurando i risultati. Una cittadinanza più informata, plurale, consapevole, educata, attiva diventa l'arma vincente delle politiche di inclusione sociale e di sostenibilità all'interno dei processi di cambiamento culturale e sociale, economico e istituzionale.

CAPITOLO 4

LE LINEE GUIDA PER L'APPLICAZIONE DELLA CARTA DI ROMA RIVOLTE ALLA COMUNICAZIONE PUBBLICA

Martina Chichi
Associazione Carta di Roma

La Carta di Roma è il protocollo deontologico relativo a migranti, richiedenti asilo, rifugiati e vittime della tratta siglato nel 2008 dal Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti e dalla Federazione nazionale della stampa italiana. Il suo obiettivo è quello di promuovere un'informazione aderente alla verità sostanziale dei fatti e responsabile nella trattazione di un tema sensibile come quello dell'immigrazione.

Con questo scopo giornalisti e esperti si sono confrontati arrivando alla redazione di 4 indicazioni pensate per poter essere applicate da qualsiasi testata giornalistica o operatore dell'informazione, a prescindere dal taglio editoriale o dalla posizione che si intende riflettere.

A completare la Carta, un glossario chiarisce il significato delle definizioni utilizzate per descrivere migranti e rifugiati.

Nel 2011 i firmatari della Carta fanno un ulteriore passo avanti, fondando, insieme a una rete di 14 organizzazioni della società civile, l'Associazione Carta di Roma, per promuovere e monitorare l'applicazione del protocollo. Attraverso l'attività di formazione e divulgazione raggiungiamo un pubblico ampio, non solo da un punto di vista numerico, ma anche qualitativo: oltre agli incontri con gli operatori della comunicazione e gli accademici, ci siamo confrontati e continuiamo a confrontarci con blogger, operatori umanitari, pubbliche amministrazioni.

Nelle prossime pagine illustreremo in modo sintetico le indicazioni che compongono la Carta di Roma, fornendo suggerimenti pratici per la loro applicazione.

4.1 LA TERMINOLOGIA

Adottare termini giuridicamente appropriati sempre al fine di restituire al lettore e all'utente la massima aderenza alla realtà dei fatti, evitando l'uso di termini impropri.

La prima indicazione fornita dalla Carta di Roma è relativa all'uso di una terminologia che sia appropriata, in primo luogo sotto un profilo giuridico.

Termini quali **migrante, richiedente asilo, rifugiato, profugo** sono considerati spesso e in modo erroneo intercambiabili e utilizzati, di conseguenza, come sinonimi. Essi, tuttavia, riflettono condizioni giuridico-amministrative diverse, pertanto è essenziale conoscerne il significato esatto e utilizzarli in modo appropriato nelle comunicazioni alla stampa e al pubblico.

È fondamentale che la pubblica amministrazione adotti un linguaggio giuridicamente corretto, poiché esso è ripreso dai media e recepito dai cittadini.

DAL GLOSSARIO CARTA DI ROMA:

Un richiedente asilo è colui che è fuori dal proprio paese e presenta, in un altro stato, domanda di asilo per il riconoscimento dello status di rifugiato in base alla Convenzione di Ginevra sui rifugiati del 1951, o per ottenere altre forme di protezione internazionale.

Fino al momento della decisione finale da parte delle autorità competenti, il richiedente asilo ha diritto di soggiorno nel paese competente per l'esame della sua domanda, anche se è arrivato senza documento e in modo irregolare. La definizione del termine **rifugiato** si trova nella Convenzione di Ginevra del 1951 sullo status dei rifugiati, di cui l'Italia è uno dei 147 Paesi firmatari. Nell'articolo 1 della Convenzione il rifugiato viene definito come una persona che: 'temendo a ragione di essere perseguitato per motivi di razza, religione, nazionalità, appartenenza a un determinato gruppo sociale od opinioni politiche, si trova fuori del paese di cui ha la cittadinanza, e non può o non vuole, a causa di tale timore, avvalersi della protezione di tale paese'. Lo status di rifugiato viene quindi riconosciuto alle persone che si trovano nella condizione prevista dalla Convenzione, cioè a chi ha un ragionevole timore di poter essere, in caso di rimpatrio, vittima di persecuzione. Rientrano nel termine "persecuzione" determinati atti, che per loro natura

o frequenza, rappresentano una violazione grave dei diritti umani fondamentali, e sono perpetrati per motivi di razza, religione, nazionalità, opinione politica o appartenenza ad un determinato gruppo sociale.

La “**protezione sussidiaria**” è una forma di protezione internazionale introdotta dalla normativa dell’Unione Europea come ulteriore forma di protezione rispetto allo status di rifugiato, basato sulla Convenzione di Ginevra che presuppone una persecuzione individuale.

La protezione sussidiaria, infatti, viene riconosciuta nei casi in cui un richiedente asilo non può essere rimpatriato nel suo paese di origine, poiché sarebbe a rischio di subire un danno grave, a causa di una situazione di violenza generalizzata e di conflitto. Inoltre, può essere riconosciuta la protezione sussidiaria in caso di pericolo di subire la tortura, la condanna a morte o trattamenti inumani o degradanti per motivi diversi da quelli previsti dalla Convenzione di Ginevra.

Un **beneficiario di protezione umanitaria** è colui che – non avendo diritto a nessuna delle forme di protezione internazionale di cui sopra – necessita comunque di una forma di protezione e/o assistenza in quanto, ad esempio, particolarmente vulnerabile sotto il profilo medico, psichico o sociale o che non può essere rimpatriato per altri motivi.

Una **vittima della tratta** è una persona che, a differenza dei migranti irregolari che si affidano di propria volontà ai trafficanti, non ha mai acconsentito ad essere condotta in un altro paese o, se lo ha fatto, l’aver dato il proprio consenso è stato reso nullo dalle azioni coercitive e/o ingannevoli dei trafficanti o dai maltrattamenti praticati o minacciati ai danni della vittima. Scopo della tratta è ottenere il controllo su di un’altra persona ai fini dello sfruttamento. Per ‘sfruttamento’ s’intendono lo sfruttamento della prostituzione o altre forme di sfruttamento sessuale, il lavoro forzato, la schiavitù o pratiche analoghe, l’asservimento o il prelievo degli organi.

Un **migrante irregolare**, comunemente, ma in modo errato, definito ‘clandestino’, sceglie di lasciare volontariamente il proprio paese d’origine per cercare un lavoro e migliori condizioni economiche altrove.

Contrariamente al rifugiato può far ritorno a casa in condizioni di sicurezza. Il migrante irregolare è colui che: a) ha fatto ingresso eludendo i controlli di frontiera; b) è entrato regolarmente nel paese di destinazione, ad esempio con un visto turistico, e vi è rimasto dopo la scadenza del visto d’ingresso (diventando un cosiddetto ‘overstayer’); c) non ha lasciato il territorio del paese di destinazione a seguito di un provvedimento di allontanamento.

Un errore diffuso riguarda il modo in cui si fa riferimento a gruppi eterogenei di migranti e rifugiati dei quali non si conosce la condizione: per definirli è spesso utilizzato il termine “clandestini”, accezione non solo dalla connotazione negativa, ma anche inesistente giuridicamente.

Con particolare riferimento al **ricorso erroneo al termine “clandestini”** per indicare i richiedenti asilo, si segnala l’ordinanza con la quale il Tribunale di Milano ha dichiarato “il carattere discriminatorio delle espressioni: ‘CLANDESTINI’ contenuta nei manifesti della Lega Nord, Sezione di Saronno, Lega Nord – Lega Lombarda e Lega Nord per l’Indipendenza della Padania, diffusi nel territorio di Saronno nell’aprile 2016”⁷.

PER APPROFONDIRE

° Consigliamo la lettura dei seguenti glossari:

“Linee guida per l’applicazione della Carta di Roma”, in particolare pp.14-20, https://www.cartadiroma.org/wp-content/uploads/2012/12/Linee-guida-per-lapplicazione-della-Carta-di-Roma_edizione-2015.pdf

° Per conoscere etimologia ed evoluzione delle parole utilizzate per trattare i temi sensibili, tra i quali l’immigrazione, suggeriamo la lettura di “Parlare civile”, a cura di Redattore Sociale (Mondadori, Milano, 2013). Anche online: <http://www.parlarecivile.it>

7. Ordinanza del Tribunale di Milano, 22 aprile 2017: <http://www.cartadiroma.org/wp-content/uploads/2017/02/ASGI-NAGA-BORGHI-DAVIDE-2-TRIBUNALE-DI-MILANO-ORDINANZA-DEL-22.2.2017.pdf>

Evitare la diffusione di informazioni imprecise, sommarie e riflettere sul danno che può essere arrecato da comportamenti superficiali e non corretti, che possano suscitare allarmi ingiustificati, anche attraverso improprie associazioni di notizie, alle persone oggetto di notizia e servizio e, di riflesso, alla credibilità dell'intera categoria dei giornalisti.

È importante che l'amministrazione pubblica dedichi estrema attenzione all'accuratezza dell'informazione, su un tema sensibile come quello delle migrazioni: da un lato, infatti, essa si pone come fonte stessa per i media, i quali riprendono e diffondono le sue comunicazioni; dall'altro una comunicazione chiara e trasparente è uno strumento essenziale per accompagnare e coinvolgere i cittadini nei cambiamenti.

Tra gli errori più comuni che incontriamo vi sono il ricorso a un linguaggio ansiogeno, la presentazione di dati sommari, l'etnicizzazione di titoli e/o notizie.

Prima di pubblicare un comunicato stampa o di rilasciare dichiarazioni alla stampa, è opportuno verificare che non vi sia il rischio di incorrere nei sopracitati errori. Un suggerimento utile è quello di porsi alcune domande:

1) **Linguaggio ansiogeno** – Le immagini e le parole scelte (e/o la loro associazione) suscitano allarme? Se sì, la situazione è tale da giustificare la volontà di generare un certo grado di allarme tra i cittadini? Ci troviamo di fronte a un'emergenza o a un problema strutturale? Gergo bellico ("invasione", "assedio", ecc.) e iperboli dovrebbero essere evitate. Anche le parole "allarme" e "emergenza" dovrebbero essere utilizzate con cautela solo laddove davvero necessarie.

2) **Dati sommari** – I dati sono interpretati in modo corretto? Sono contestualizzati? Sono stati illustrati tutti i dati essenziali per fornire un quadro quanto più possibile chiaro e aderente alla realtà? Oppure uno di questi (o più di uno) è stato omesso?

3) **Etnicizzazione** – Ho inserito la nazionalità, appartenenza etnica o religiosa della/e persona/e nel titolo del comunicato (in cima alla dichiarazione) oppure in una posizione di minore importanza?

Tale informazione è rilevante per la comprensione della notizia, al punto di giustificare il suo inserimento nel titolo? Solo in questo caso un dettaglio di tale genere può trovare spazio in posizioni di rilievo all'interno della comunicazione/dichiarazione.

ESEMPIO 1 - UNA NOTIZIA, TRE TITOLI

Una donna uccide i figli e si toglie la vita dopo una lite domestica col marito. La trattazione del caso ha toni diversi, a seconda della testata:

Marocchina stermina la famiglia nella casa occupata
Litiga con il marito e uccide i figli
Orrore a Roma, sgozza due figli e si impicca

Sebbene anche il terzo esempio, nonostante la delicatezza del tema faccia ricorso a un linguaggio forte ed evocativo, solo il primo mette in risalto la nazionalità della donna. È rilevante per comprendere la notizia? No, è un'informazione che non ci aiuta a comprendere l'accaduto.

La sua presenza nel titolo ha, inoltre, l'effetto di produrre una pericolosa correlazione tra il gesto e l'origine della persona che l'ha compiuto.

ESEMPIO 2 - QUANDO È RILEVANTE?

Osserviamo i due titoli e chiediamoci ancora una volta se la nazionalità è rilevante per comprendere la notizia:

Ostia choc, stupra la ex
che voleva lasciarlo
Romeno in manette

Forlì. Smascherata un'azienda fantasma

False assunzioni per tenere romeni in Italia

Nel primo caso la risposta è no; la nazionalità nel titolo non aggiunge alcuna informazione utile ai fini della comprensione dell'episodio.

Nel secondo, invece, l'indicazione della nazionalità può aiutarci a comprendere il motivo per cui erano praticate false assunzioni.

ESEMPIO 3 – NO ALLE CONCLUSIONI AFFRETTATE

Nel caso di comunicazioni che facciano riferimento a indagini in corso, è bene **puntualizzare e rimarcare l'assenza di informazioni confermate**.

In questa fase preliminare, valutare con cura se diffondere o meno informazioni quali nazionalità, origine etnica e fede delle persone che si presume siano coinvolte.

Nel 2011 a Torino una giovane donna, trovata dal fratello in un parco mentre si rivestiva, denuncia di essere stata stuprata da due ragazzi rom.

La notizia raggiunge le testate locali e nazionali:



Nelle ore e nei giorni immediatamente successivi, le autorità giudiziarie ripetono più volte che non vi è alcuna conferma e che l'indagine in corso sta accertando lo svolgimento dei fatti, ancora poco chiari.

Nonostante questo le primissime informazioni ricevute e diffuse dalla stampa continuano a rimbalzare da un media all'altro.

Viene indetta una fiaccolata in solidarietà della vittima, durante la quale un gruppo si separa dal corteo per avvicinarsi all'insediamento più vicino abitato dai rom. Il fratello della giovane e la polizia raggiungono il gruppo, spiegando che i rom dell'insediamento sono estranei ai fatti: la donna aveva raccontato una storia falsa, perché sorpresa al termine di un rapporto sessuale consensuale avuto col compagno e intimorita dalle possibili reazioni della famiglia. Anche di fronte a ciò il gruppo ribadisce che, poiché, sono stati i media ad affermare la colpevolezza dei rom, deve trattarsi di un'informazione vera e appicca un incendio. Il risultato è un caso di cronaca divenuto noto col nome di "rogo della Continassa", per il quale sono state condannate 6 persone col movente di odio razziale.

La Stampa, testata autrice del titolo sopra, si scusa in un editoriale: «Probabilmente non avremmo mai scritto: mette in fuga due "torinesi", due "astigiani", due "romani", due "finlandesi". Ma sui "rom" siamo scivolati in un titolo razzista. Senza volerlo, certo, ma pur sempre razzista».

4.3 TUTELA DELL'IDENTITÀ

Tutelare i richiedenti asilo, i rifugiati, le vittime della tratta ed i migranti che scelgono di parlare con i giornalisti, adottando quelle accortezze in merito all'identità ed all'immagine che non consentano l'identificazione della persona.

La terza indicazione della Carta di Roma è finalizzata a tutelare coloro che, se riconosciuti, potrebbero esporre se stessi o terzi a ritorsioni: nel caso di richiedenti asilo, rifugiati e vittime della tratta è importante adottare alcune accortezze, affinché non corrano tale rischio.

È necessario chiedere sempre il consenso libero e informato delle persone intervistate o fotografate prima della pubblicazione di elementi che possano condurre all'identificazione, tenendo in considerazione il fatto che chi proviene da contesti socio-culturali diversi potrebbe non avere percezione delle dinamiche mediatiche e non essere in grado, dunque, di valutare la portata e le conseguenze dell'esposizione.

Si consiglia di non rendere noto il cognome dell'intervistato o di sostituire l'intero nome con uno di fantasia. Ulteriori precauzioni consistono nell'al-

terazione della voce, in immagini che non ritraggano il volto o dettagli peculiari dell'individuo, nell'eliminazione o modificazione di aneddoti che potrebbero ricondurre alla persona. Inoltre, nel confronto con migranti, richiedenti asilo, rifugiati e vittime della tratta è essenziale valutare **lo stato di salute e i possibili traumi** della persona e avvalersi dell'aiuto di un **mediatore culturale**, laddove possibile, per riportare in modo corretto l'opinione dell'intervistato.

CONOSCERE IL CONTESTO DI PROVENIENZA

Secondo quanto riportato dall'Alto commissariato delle Nazioni unite per i Rifugiati (Unhcr) in seguito alla pubblicazione – con consenso – di un'intervista rilasciata da due richiedenti asilo eritrei fuggiti dal paese per sottrarsi alla leva obbligatoria (e dalla durata indeterminata) a un noto quotidiano italiano, i padri dei due uomini, ancora in Eritrea, sono stati prelevati dalle autorità locali ed è stata chiesta loro una cauzione elevata per la scarcerazione. Questo caso dimostra come, anche in presenza del consenso esplicito degli intervistati, sia importante che il giornalista o la persona che si occupa della comunicazione si informi (anche ricorrendo a organizzazioni esperte) circa la situazione del paese dal quale il soggetto è in fuga, per valutare autonomamente gli eventuali rischi.

4.4 LE FONTI

Interpellare, quando ciò sia possibile, esperti ed organizzazioni specializzate in materia, per poter fornire al pubblico l'informazione in un contesto chiaro e completo, che guardi anche alle cause dei fenomeni.

Fornire nozioni, informazioni e dati verificati e contestualizzati è una parte essenziale della comunicazione con la stampa e coi cittadini e del contrasto alla diffusione di un sentimento di allarme infondato.

È molto utile, a tal fine, disporre di un elenco di fonti – esperti e banche dati – da poter consultare. Tra quelle alle quali attingere in modo più rapido e semplice ricordiamo:

1) **Dipartimento Libertà civili e Immigrazione del Ministero dell'Interno – Cruscotto statistico giornaliero:** aggiornamento quotidiano del numero di arrivi di migranti e rifugiati via mare in Italia (con comparazione del dato

rispetto a vari periodi di riferimento), dei porti interessati dagli sbarchi, della distribuzione di migranti e rifugiati per regione nel sistema di accoglienza, del programma di relocation: <http://www.libertaciviliimmigrazione.dlci.interno.gov.it/it/documentazione/statistica/cruscotto-statistico-giornaliero>.

2) **Eurostat – Asylum Statistics** (in inglese): oltre ai report quadrimestrali che mostrano le principali tendenze relative alle richieste d’asilo in prima istanza e gradi successivi in Europa (numero di richieste, numero di risposte totali/positive/negative, anagrafica ecc.), è presente un ampio archivio consultabile dal quale estrarre i dati in base alle proprie necessità:

http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Asylum_quarterly_report.

3) **Integrazione Migranti** – Il portale, frutto della collaborazione tra i Ministeri del Lavoro e delle Politiche Sociali, dell’Interno e dell’Istruzione, Università e Ricerca, intende favorire l’accesso ai servizi per l’integrazione che vengono offerti a livello locale e nazionale, assicurando una corretta informazione dei cittadini. Tutti i servizi sono stati organizzati per tipologia di servizio: Lingua italiana, Lavoro, Alloggio, Salute, Minori e seconde generazioni e Mediazione interculturale. Per ogni tipologia di servizio sono consultabili gli elenchi dei servizi e dei soggetti, enti e associazioni che li offrono sul territorio organizzati: a) per specifiche tipologie di servizio (ad esempio a cascata lingua Italiana, formazione linguistica, corso d’italiano avanzato); b) per regioni (e a cascata per province) inoltre, la pagina relativa a ciascun tipo di servizio, ad esempio “Lavoro” fornisce le informazioni chiave, la relativa documentazione e normativa e i link di interesse:

<http://www.integrazionemigranti.gov.it>.

PER APPROFONDIRE

Un ampio elenco di fonti, divise per settore e area di competenza, è contenuto nelle Linee guida per l’applicazione della Carta di Roma: Le fonti (pag 37): http://www.cartadiroma.org/wp-content/uploads/2012/12/Linee-guida-per-lapplicazione-della-Carta-di-Roma_edizione-2015.pdf

È importante, comunque, interrogarsi sempre su quale sia il modo più efficace di comunicare notizie e informazioni relative a un tema delicato e oggetto di dibattito come l’immigrazione, quando il target al quale la pubblica

amministrazione si rivolge sono i cittadini. Dati e fatti, seppur verificati e presentati in modo chiaro, potrebbero non essere sempre sufficienti: alcuni studi⁸ hanno rilevato come, in paesi quali il Regno Unito e gli Stati Uniti, sia in crescita in alcuni segmenti della popolazione la sfiducia verso le cifre e le statistiche diffuse da fonti istituzionali: "non solo le statistiche sono viste da molti come inattendibili, ma appaiono come qualcosa di insultante o arrogante. Ridurre questioni sociali e economiche a aggregati numerici e media sembra violare il senso di decenza politica delle persone"⁹.

Come fare, allora, per parlare al pubblico di immigrazione? Il primo passo è quello di acquisire consapevolezza sulla tipologia di pubblico al quale ci si rivolge: ha una posizione di netta apertura nei confronti dell'immigrazione? Ha una posizione di netta chiusura? È dubbioso? Ci interessa, in questa sede, il terzo gruppo, quello rappresentato da coloro che ancora non hanno un'opinione netta e che potremmo definire, dunque, "**indecisi**". In "How to talk about immigration"¹⁰ esperti e ricercatori analizzano quali sono gli aspetti da tenere in considerazione se si vuole avere successo con questa fascia di pubblico, con riferimento al caso britannico. Tra gli aspetti osservati, alcuni elementi sono applicabili anche al contesto italiano. In particolare emerge dal testo che **numeri e statistiche sono importanti, ma non sufficienti** per gli attori che promuovono azioni di advocacy.

Inoltre, nella comunicazione della pubblica amministrazione, devono essere accompagnati da argomentazioni che il pubblico può ritenere valide. Affinché ciò avvenga è essenziale non avere paura di parlare di immigrazione, sebbene si tratti di un tema spesso trasformato in terreno di scontro per ideologie tra loro diverse. È un fenomeno che interessa profondamente la società italiana ed è giusto che gli si dedichi la dovuta attenzione.

È altrettanto essenziale parlare delle sfide che essa pone: delle luci così come delle ombre, in modo costruttivo.

L'ansia espressa dai cittadini non dovrebbe mai essere liquidata come "irrazionale", bensì tenuta in considerazione: è indispensabile offrire delle risposte ai cittadini che si sentono insicuri, stando attenti tuttavia a non

8. Poll finds Americans' economic anxiety reaches new high", di Kay Rissdal, Marketplace: <https://www.marketplace.org/2016/10/13/economy/americans-economic-anxiety-has-reached-new-high/> - "Are conspiracy theories for (political) losers?", di Joel Faulkner Rogers, YouGov UK: <https://yougov.co.uk/news/2015/02/13/are-conspiracy-theories-political-losers/>

9. "How statistics lost their power – and why we should fear what comes next", di William Davies, The Guardian: https://www.theguardian.com/politics/2017/jan/19/crisis-of-statistics-big-data-democracy?CMP=share_btn_tw/

10. "How to talk about immigration", di Sunder Katwala, Steve Ballinger e Matthew Rhodes, British Future <http://www.britishfuture.org/wp-content/uploads/2014/11/How-To-Talk-About-Immigration-FINAL.pdf>

ingigantire le questioni da loro percepite come problematiche (altrimenti il risultato potrebbe essere quello di accrescere il livello di ansia e non di ridurlo, come desiderato). Lo studio suggerisce, inoltre, che dare voce a immigrati, migranti e rifugiati presenti sul territorio può essere un modo valido per parlare di immigrazione ai cittadini: le persone intervistate nell'ambito di "How to talk about immigration" hanno espresso di provare maggiore fiducia, quando si parla di immigrazione, nelle dichiarazioni degli stessi immigrati piuttosto che in quelle dei politici. Mentre all'esponente politico, che ha riscosso fiducia massima tra quelli proposti, solo il 34% dei cittadini afferma di credere quando il tema è l'immigrazione, a un immigrato da oltre 15 anni nel paese di accoglienza accorda la propria fiducia il 51%. Dare voce a immigrati stabilmente residenti in Italia sul tema dell'immigrazione, quindi, potrebbe risultare utile per offrire ai cittadini **un'opinione aggiuntiva rispetto a quella degli esponenti politici che rappresentano la pubblica amministrazione**. Inoltre, come rileva il Rapporto annuale Carta di Roma 2016, "Notizie oltre i muri"¹¹, solo nel 3% dei servizi sull'immigrazione¹² mandati in onda in fascia prime time dai telegiornali nazionali hanno voce immigrati stabilmente residenti in Italia, migranti e rifugiati. A prevalere è la voce dei politici: i soli politici italiani sono presenti nel 33% degli stessi servizi, percentuale che cresce fino al 56% se vi si aggiungono anche le presenze degli esponenti europei. Quando il microfono è dato a immigrati, migranti e rifugiati, ciò avviene spesso in cornici narrative stigmatizzanti o negative. Nel dibattito pubblico sull'immigrazione, quindi, la loro opinione risulta estremamente marginale. La promozione, a partire da vari livelli dalla pubblica amministrazione, di storie che includano tali punti di vista può essere senza dubbio uno stimolo importante per una rappresentazione più inclusiva da parte dei media nel racconto delle migrazioni. Infine è quanto mai importante dare spazio e visibilità alle storie di "normalità" e, soprattutto, **includere le voci di immigrati, rifugiati e persone di origine straniera in relazione alla quotidianità**, affinché sia la pubblica amministrazione in primo luogo a riflettere, nelle sue comunicazioni, l'attuale composizione della società. Ciò significa non dare spazio alle opinioni di tali minoranze solo in relazione all'immigrazione, ma anche e soprattutto nel racconto dei servizi e dei disservizi che interessano la popolazione nella sua interezza.

11. "Notizie oltre i muri" – Rapporto annuale Carta di Roma, dati elaborati dall'Osservatorio di Pavia (pag 33): http://www.cartadiroma.org/wp-content/uploads/2016/12/Rapporto-2016_-cartadiroma.pdf

12. Con servizi sull'immigrazione si intendono tutti quei servizi che fanno riferimento al fenomeno migratorio o a persone di origine straniera

ALLEGATO

COSE DA RICORDARE: LA DIVERSITY CHECKLIST

Concludiamo riportando uno strumento utile per migliorare il lavoro giornalistico quando si parla di immigrazione. Questa "diversity checklist" è tratta da "A Diversity Toolkit - Guida sulla diversità culturale nei programmi di informazione del servizio televisivo pubblico" realizzato da European Broadcasting Union (EBU), versione italiana a cura di COSPE con il patrocinio del Segretariato Sociale RAI, Regione Piemonte e CE - INTI.

- 1) Sono consapevole delle mie convinzioni personali rispetto alle questioni, alle storie e alle persone che ho scelto di raccontare?
- 2) Sono consapevole del potere delle immagini, delle parole, dei suoni e della musica?
- 3) Cito l'origine etnica, se non è rilevante per la storia?
- 4) Passo abbastanza tempo a verificare i fatti? Sono sicuro di usare i termini corretti?
- 5) Se necessario, mi consulto con i colleghi più esperti e con quelli di diversa origine?
- 6) Scelgo i soggetti da intervistare in base alla loro rilevanza per la storia o perché mi aspetto che attirino l'attenzione del telespettatore?
- 7) Cerco una varietà di opinioni tra i portavoce delle minoranze e i testimoni che intervisto?
- 8) Le persone appartenenti a minoranze sono presenti nei miei servizi per motivi giustificati?
- 9) Cerco nuovi punti di vista e prospettive per sviluppare ulteriormente la mia storia?
- 10) Mi pongo come sfida quella di trovare nuove fonti e mettere in discussione il discorso dominante?
- 11) Rifletto sul fatto che i miei articoli possano perpetuare gli stereotipi?
- 12) Tengo in considerazione l'impatto che possono avere i miei servizi, non solo sull'opinione degli spettatori, ma anche sulla vita dei soggetti di cui parlo?
- 13) Mi impegno attivamente a cercare di reclutare colleghi che apportino una diversità di prospettive nella redazione?
- 14) Sono interessato a culture diverse dalla mia e aperto ad accettare proposte di storie con punti di vista culturalmente differenti?

