

Percezione delle migrazioni in epoca di pandemia: le ricerche IPSOS e Osservatorio di Pavia per WeWorld

Due indagini sulla percezione e la rappresentazione mediatica delle migrazioni, realizzate da Ipsos e Osservatorio di Pavia, sono state presentate e messe a confronto da [WeWorld](#), l'organizzazione italiana che da 50 anni difende i diritti di donne e bambini in 27 Paesi, nel corso dell'incontro "Media e migrazioni" e nell'ambito del progetto europeo CIAK MigrACTION, lo scorso giovedì 8 ottobre, a Bologna.

Gli studi si sono concentrati rispettivamente sulla percezione del fenomeno migratorio da parte degli italiani e la rappresentazione di migranti e migrazioni nei media. All'incontro hanno partecipato, tra gli altri, il Presidente di WeWorld Marco Chiesara, l'Assessore al Lavoro e alle Attività Produttive del Comune di Bologna Marco Lombardo, Anna Meli (COSPE), Manuela Malchiodi dell'Osservatorio di Pavia e Chiara Ferrari di IPSOS.

Nel sondaggio di Ipsos "La percezione dei migranti nell'Italia del Coronavirus" a emergere è la differente percezione dell'immigrazione: se chiediamo agli italiani quali sono per loro i problemi principali, pensando al contesto nazionale 1 italiano su quattro (27%) risponde migrazioni, se lo chiediamo a livello del proprio Comune è solo 1 italiano su 10 (12%). Un dato ancora più interessante se messo a confronto con l'analisi realizzata dall'Osservatorio di Pavia su come i Media trattano il tema migratorio (meno del 4% nei tg prime time). I migranti in tv sono passivi, mal rappresentati e quasi mai interpellati direttamente, una categoria indistinta, insomma, che permette allo spettatore di mantenere il proprio

stereotipo.

Lo studio dell'Osservatorio di Pavia "Migranti e Lavoro nell'informazione Italiana" ha preso invece in considerazione il tema del lavoro, indagando livello, tipo di attenzione e linguaggio riservati dai principali telegiornali di sette TV generaliste e da parte di dieci quotidiani alla condizione professionale dei migranti.

Le notizie sui migranti riguardano il 3,7% del totale delle notizie in TV. Due temi la fanno da padrone: atti di razzismo e intolleranza da una parte, e diritti dei migranti e delle minoranze etnico-religiose dall'altra. Altro tema molto affrontato è quello degli arrivi di migranti sul suolo italiano. Restano in coda l'Inclusione e le storie di successo, come i percorsi professionali di successo dei cittadini immigrati nel nostro Paese. In generale però i lavoratori immigrati non sono quasi mai interpellati su questo tema, che pur li riguarda direttamente, mentre predominano le voci dei politici italiani. I migranti sono presentati soprattutto come categoria indistinta, e hanno un ruolo passivo nei notiziari, sono solo oggetto di discorso (nel 69,5% delle notizie; nel 13,4% hanno ruolo attivo ed esprimono opinioni; nel 17% delle notizie sono i protagonisti della narrazione). L'indagine evidenzia poi come, sia nei notiziari televisivi sia sulla carta stampata, il tema dei migranti rappresenti un argomento molto ideologico e divisivo.

"I due rapporti evidenziano il sovradimensionamento del fenomeno migratorio a livello nazionale, sia sui media che nella percezione dell'opinione pubblica. Una percezione che crolla quando si chiede alle persone che peso riveste il problema dell'immigrazione nel proprio quotidiano" commenta Marco Chiesara, Presidente di WeWorld. "Il tema dell'immigrazione è nazionale ma poco locale, serve a smuovere le pance a livello politico, viene raccontato sui media, dove però i migranti restano spesso passivi, senza voce. Quindi i cittadini lo registrano come un problema a livello di sistema

Paese, ma poi nella vita “reale” difficilmente ne sperimentano davvero effetti negativi. Per superare gli stereotipi è necessario mettere al centro della narrazione mediatica l'individuo-migrante, la sua voce e la sua storia, riconoscendo l'altro come persona e non come categoria. Solo così possiamo contrastare il clima d'odio che dilaga, non solo nel nostro Paese. Un'Europa più inclusiva è un valore per tutti i membri”.

Il rapporto completo del [sondaggio Ipsos](#)

L'indagine dell'[Osservatorio di Pavia](#)