

progetto cofinanziato da



UNIONE
EUROPEA



MINISTERO
DELL'INTERNO

Fondo europeo per l'integrazione di cittadini di paesi terzi

SISTER: Sistema InformaStranieri Territoriali dell'Emilia-Romagna

2013/FEI/PROG-106178 - CUP E59D13000580007

**INFORMAZIONE NEI MEDIA LOCALI
E COMUNICAZIONE SUI SERVIZI INFORMATIVI PER STRANIERI
IN EMILIA-ROMAGNA:
UN'INDAGINE QUALITATIVA**

a cura di



Direzione scientifica	Prof. Stefano Gorelli, Università della Tuscia – ISIMM Ricerche
Coordinamento	Dott. Alessio Cornia, Università di Perugia – ISIMM Ricerche
Gruppo di ricerca	Dott. Rossella Tirota, ISIMM Ricerche
	Dott. Giuseppe Greco, ISIMM Ricerche

Indice

1. OBIETTIVI, METODOLOGIA E SINTESI DELLA RICERCA	5
1.1. Obiettivi della ricerca	5
1.2. Metodi e strumenti impiegati	5
1.2.1. Le interviste esplorative con testimoni privilegiati	6
1.2.2. Le interviste strutturate con persone immigrate	9
1.2.3. Le interviste in profondità con esponenti dei telegiornali locali	11
1.2.4. I focus group con persone immigrate ed esponenti di associazioni	12
1.3. Sintesi dei risultati	13
2. I RISULTATI DELLE INTERVISTE CON PERSONE IMMIGRATE	18
2.1. Le caratteristiche delle persone intervistate	18
2.2. Gli sportelli informativi per stranieri: valutazioni sui servizi prestati	25
2.3. Mezzi di comunicazione usati per informarsi e suggerimenti sulla comunicazione degli sportelli informativi	43
2.4. Partecipazione, comunicazione interculturale e comunicazione istituzionale	50
2.5. La rappresentazione delle persone immigrate sui media locali	62
3. PERSONE IMMIGRATE ED INFORMAZIONE GIORNALISTICA	71
3.1. L'analisi comparativa dei precedenti monitoraggi sulla rappresentazione mediale dell'immigrazione	71
3.2. I risultati delle interviste con operatori dell'informazione	75
4. I RISULTATI DEI FOCUS GROUP	82
5. OSSERVAZIONI CONCLUSIVE SULL'EFFICACIA DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E SULLA RAPPRESENTAZIONE MEDIALE DELL'IMMIGRAZIONE	90
6. APPENDICE	94
Questionario utilizzato per le interviste strutturate con persone immigrate	
Traccia utilizzata per le interviste semi-strutturate con operatori dell'informazione	
Traccia utilizzata per i focus group con persone immigrate	
Traccia utilizzata per i focus group con esponenti dell'associazionismo	

Capitolo 1

Obiettivi, metodologia e sintesi della ricerca

1.1 Obiettivi della ricerca

La presente ricerca ha due obiettivi principali:

- l'analisi dell'efficacia della comunicazione istituzionale sui servizi informativi per stranieri e, più in generale, della comunicazione interculturale in Emilia-Romagna;
- l'analisi della rappresentazione dell'immigrazione e delle persone di origine straniera sui media locali dell'Emilia-Romagna

Tali obiettivi sono indagati ricorrendo ad una pluralità di strumenti di indagine (illustrati nel paragrafo seguente) atti a rilevare opinioni, valutazioni, testimonianze e suggerimenti da parte dei diversi attori coinvolti nella comunicazione interculturale, nella comunicazione giornalistica e nella gestione dei servizi informativi per stranieri in Emilia-Romagna: amministratori, giornalisti, esponenti dell'associazionismo e cittadini di origine straniera.

1.2 Metodi e strumenti impiegati

La presente indagine è stata realizzata attraverso tre principali attività di ricerca:

- interviste strutturate con persone immigrate;
- interviste semi-strutturate con esponenti dell'informazione locale;
- focus group condotti con esponenti di associazioni *no profit* e con persone di origine straniera.

La realizzazione delle attività di ricerca è stata preceduta da una fase esplorativa, durante la quale sono state condotte interviste con testimoni privilegiati al fine acquisire specifiche informazioni sull'oggetto della ricerca. Le informazioni raccolte nella fase esplorativa sono state impiegate per predisporre gli strumenti necessari per lo svolgimento delle attività di ricerca: il questionario per le interviste strutturate con persone immigrate, una traccia per le interviste semi-strutturate con esponenti dell'informazione locale e le tracce per la conduzione dei focus group con esponenti delle associazioni e con le persone di origine straniera. Il questionario, la traccia per le interviste semi-strutturate e quelle per la conduzione dei focus group sono stati preliminarmente testati e condivisi con il committente. La versione definitiva è disponibile in allegato al presente report. Successivamente sono state implementate le attività di ricerca e quindi analizzati i dati raccolti.

1.2.1 Le interviste esplorative con testimoni privilegiati

La fase esplorativa è stata finalizzata a meglio precisare gli specifici ambiti di indagine della ricerca e a raccogliere informazioni sulle principali iniziative di comunicazione interculturale presenti in Emilia-Romagna. A tal fine, sono state realizzate sei interviste con testimoni privilegiati, i quali hanno fornito informazioni sul funzionamento degli sportelli informativi per stranieri, sugli strumenti impiegati per comunicarne i servizi e, infine, sulle buone pratiche e sulle principali difficoltà riscontrate nel corso della realizzazione delle iniziative di comunicazione interculturale.

Una prima intervista esplorativa è stata realizzata con un funzionario pubblico responsabile della gestione degli sportelli informativi per stranieri di un'Unione di Comuni presenti in Emilia-Romagna; due interviste sono state svolte con i responsabili di sportelli informativi per stranieri che sono affidati in gestione ad associazioni che svolgono iniziative a favore delle persone immigrate; un'intervista è stata realizzata con un rappresentante di un centro interculturale presente sul territorio emiliano-romagnolo; un'intervista è stata realizzata con il Presidente di una rete che riunisce diverse associazioni di persone immigrate; un'ulteriore intervista è stata realizzata con due funzionari della Regione Emilia-Romagna che si occupano di comunicazione interculturale e di politiche per l'accoglienza e l'integrazione sociale.

Nel corso della fase esplorativa sono inoltre stati analizzati, in chiave comparativa, i risultati dei precedenti monitoraggi realizzati dal Co.Re.Com. Emilia-Romagna per comprendere le specificità, le principali tendenze, i cambiamenti nel tempo, le problematiche e le buone pratiche relative al modo in cui i telegiornali locali dell'Emilia-Romagna producono informazione sul tema dell'immigrazione.

Attraverso le interviste ai testimoni privilegiati sono stati acquisiti elementi utili per la progettazione e l'elaborazione dei vari strumenti utilizzati nella fase di implementazione delle attività di ricerca. In questo senso appare opportuno richiamare fin da subito gli aspetti più significativi emersi nel corso di questa fase esplorativa.

Uno dei principali ambiti di indagine è quello del funzionamento e della comunicazione relativa ai servizi informativi per stranieri. I cittadini di origine straniera che abitano in Emilia-Romagna possono avvalersi di un sistema strutturato di sportelli informativi gestiti, in proprio o attraverso convenzioni con associazioni e cooperative sociali, dai Comuni e dalle Unioni di Comuni. Si tratta di una rete molto ampia, costituita da oltre 140 sportelli attivi e distribuiti sul territorio. Gli utenti si rivolgono a questi sportelli per richiedere informazioni e consulenza sulle normative

sull'immigrazione, o per ricevere assistenza nella compilazione della modulistica per permessi di soggiorno, ricongiungimento familiare, o per richiedere la cittadinanza italiana.

Come sottolineato anche in una precedente ricerca sugli sportelli informativi per stranieri realizzata dalla Regione Emilia-Romagna¹, queste realtà organizzative sono caratterizzate da un'elevata eterogeneità. In alcuni casi, infatti, in particolare nei capoluoghi di provincia e nelle altre città di maggiori dimensioni, queste strutture possono essere identificate come dei veri e propri sportelli, con spazi specifici dedicati e personale dedicato (addetti alle attività di *front office*, mediatori linguistico-culturali, operatori sociali, operatori di *back office*, ecc.) in grado di fornire quotidianamente informazioni di tipo specialistico all'utenza. In altri casi, invece, in particolare nei comuni di minori dimensioni, sono presenti "sportelli diffusi", realtà organizzative, cioè, che, pur avendo personale dedicato, sono distribuite sul territorio ed organizzano i loro servizi su più realtà comunali, dedicando ad ognuna di esse un determinato orario ed un giorno prestabilito. Quest'ultimo tipo, spesso, non si configura come un vero e proprio sportello, ma piuttosto come un punto informativo ospitato, in determinati momenti, all'interno di altri uffici o strutture comunali con funzioni informative più generaliste, come per esempio gli URP, i Servizi Sociali o gli Uffici Anagrafe.

Nel corso delle interviste esplorative sono state evidenziate alcune criticità relative alla comunicazione dei servizi prestati presso gli sportelli informativi. Queste attività di comunicazione rientrano sotto la responsabilità dei Comuni che gestiscono, direttamente o attraverso associazioni e cooperative sociali, gli sportelli informativi. In particolare nei casi di sportelli informativi di comuni di medie e piccole dimensioni, ma anche nel caso degli sportelli informativi gestiti da unioni di comuni, la comunicazione sui servizi informativi per stranieri non prevede vere e proprie iniziative strutturate di comunicazione. In diversi casi la comunicazione è limitata alle informazioni basilari (giorni e orari di apertura, schede sui principali servizi forniti, ecc.) presenti sulla pagina del sito web del comune dedicata ai servizi informativi per stranieri. In altri casi la comunicazione istituzionale sul sito web dei Comuni è affiancata a manifesti o a volantini informativi distribuiti nei principali uffici del Comune che si relazionano con il pubblico (URP, anagrafe, ecc.) e negli uffici delle altre istituzioni locali che sono spesso frequentate dalle persone straniere (come le Questure, dove è possibile rinnovare i permessi di soggiorno). Il limitato budget a disposizione, come hanno sottolineato i responsabili degli sportelli informativi intervistati nella fase esplorativa, impediscono la realizzazione di iniziative di comunicazione maggiormente strutturate, come per esempio la realizzazione di affissioni nei punti strategici della città o di campagne di comunicazione sui media locali.

¹ Servizio Politiche per l'Accoglienza e l'Integrazione Sociale della Regione Emilia-Romagna (2008), *Gli Operatori degli Sportelli Immigrazione: Identità Professionali e Bisogni Formativi*.

I responsabili degli sportelli informativi per stranieri che sono stati intervistati hanno sottolineato come il canale di comunicazione più efficace per divulgare informazioni sui servizi per stranieri sia il passaparola. Come ha spiegato un responsabile, “la comunicazione che funziona meglio è quella basata sui rapporti interpersonali”. Quando devono veicolare una particolare informazione, per esempio, si concentrano sui principali “punti strategici” della rete: i leader delle comunità religiose o gli esponenti delle associazioni di cittadini stranieri, i quali svolgono un ruolo cruciale nel diffondere le informazioni.

Diversi intervistati hanno sottolineato come una delle criticità principali riguardi i giorni e gli orari di apertura degli sportelli. Un intervistato, per esempio, ha spiegato come la richiesta “insistente” che viene effettuata spesso dagli utenti dello sportello sia quella di avere “più giorni di apertura ed un orario più ampio” per poter conciliare meglio le esigenze lavorative e la fruizione di questi servizi. Come ha spiegato un altro responsabile, gli utenti vorrebbero che gli sportelli fossero aperti tutti i giorni e non solo un giorno a settimana, ma non è possibile dar seguito a questa richiesta perché “gli sportelli sono gestiti da volontari”, oltre che per la “riduzione delle risorse nei bilanci comunali”.

Un'altra questione emersa durante la fase esplorativa riguarda la conoscenza della lingua italiana da parte di alcuni utenti dei servizi informativi. Un intervistato, per esempio, ha spiegato che il problema maggiore che deve quotidianamente affrontare chi gestisce questi servizi è quello linguistico: spesso le persone che si rivolgono agli sportelli informativi per stranieri non parlano bene l'italiano e questo rende molto difficile la fruizione del servizio. Spesso sono presenti mediatori linguistico-culturali e vengono organizzati corsi di lingua italiana gestiti da volontari, ma il problema della lingua persiste a causa dei limiti di budget e dell'impossibilità di predisporre operatori e mediatori con competenze linguistiche tali da coprire tutte le nazionalità maggiormente presenti sui territori a cui si rivolgono gli sportelli.

Come è emerso da diverse interviste, piuttosto che la scarsa conoscenza della lingua italiana da parte delle persone di origine straniera, è il linguaggio eccessivamente burocratico usato spesso nelle comunicazioni della pubblica amministrazione a causare problemi di comprensione. Come ha richiamato un responsabile di uno sportello informativo, per esempio, è capitato in diverse occasioni che le persone immigrate si siano rivolte a loro per comprendere il significato di lettere arrivate dal Comune, lettere giudicate difficilmente comprensibili dallo stesso soggetto intervistato. In passato, lo sportello informativo si avvaleva della collaborazione di mediatori linguistico-culturali per fornire una sintesi “culturale” delle comunicazioni inviate dall'amministrazione, sintesi che veniva tradotta in diverse lingue e, soprattutto, che era finalizzata a semplificare le questioni burocratiche trattate. Come ha sottolineato l'intervistato, questa opera di sintesi e di traduzione

linguistico-culturale, che può essere senza dubbio considerata come una buona pratica, oggi non è più in essere a causa della mancanza di risorse.

Dalle interviste esplorative è infine emerso il ruolo svolto dai centri interculturali nell'organizzazione di iniziative di comunicazione interculturale. La creazione, da parte degli enti locali e delle associazioni di cittadini stranieri presenti in Emilia-Romagna, di queste strutture, avvenuta generalmente tra gli anni novanta ed i primi anni del duemila, è stata addirittura definita da parte di un soggetto intervistato (soggetto che non è coinvolto nelle attività dei centri) come “una delle intuizioni migliori che si sono avute in Emilia-Romagna”. I centri, presenti nelle principali città della regione, svolgono attività eterogenee. In primo luogo, molti centri interculturali offrono alle associazioni degli immigrati uno spazio per riunirsi e dove possono trovare supporto tecnico, come l'accesso alle strumentazioni necessarie per lo svolgimento delle loro attività culturali (computer, fotocopiatrici, rete Internet ecc.). Questi spazi sono inoltre finalizzati a favorire lo scambio di idee, saperi e buone pratiche tra le varie associazioni che ruotano attorno ai centri. Gli operatori dei centri supportano inoltre le associazioni nelle fasi progettuali delle loro attività e ne favoriscono i rapporti con le istituzioni. Le attività intraprese dai centri culturali sono di vario tipo, dall'organizzazione di seminari, convegni sui temi dell'immigrazione, all'organizzazione di eventi e feste per promuovere una maggiore conoscenza del patrimonio culturale dei paesi d'origine delle persone immigrate. I centri organizzano inoltre, in diversi casi, attività di consulenza per le famiglie, corsi di formazione (come i corsi di lingua italiana) e numerose attività all'interno delle scuole, come per esempio i laboratori di educazione interculturale o i workshop contro le discriminazioni ed il razzismo. I centri interculturali sono stati descritti da più intervistati come una buona pratica, oltre che per i numerosi eventi ed iniziative di comunicazione interculturale che organizzano, anche perché favoriscono la creazione e la strutturazione delle associazioni di immigrati, consentendo alle istituzioni di relazionarsi con interlocutori stabili nel mondo dell'immigrazione².

1.2.2 Le interviste strutturate con persone immigrate

Sono state realizzate 156 interviste strutturate con persone immigrate che abitano in Emilia-Romagna. Anche sulla base degli elementi acquisiti nel corso della fase esplorativa, di cui si è dato conto nel paragrafo precedente, è stato predisposto un questionario composto in gran parte da domande a risposta chiusa e da un numero più limitato di domande a risposta aperta. Il questionario completo è consultabile in appendice al presente report. Le interviste strutturate sono state

² Questo aspetto è stato sottolineato anche nel rapporto, curato nel 2014 dall'Assessorato alle Politiche Sociali della Regione Emilia-Romagna, dal titolo “Investire nella diversità: una fotografia della rete dei centri interculturali dell'Emilia-Romagna”.

somministrate faccia-a-faccia da una ricercatrice che ha letto le domande e ha preso nota delle risposte dei soggetti intervistati. Questa tecnica di intervista permette – in generale e in particolare nel caso specifico – di ottenere un tasso di risposta notevolmente superiore rispetto ad altre modalità di somministrazione (postale, CATI, CAWI, ecc.). Il campione analizzato non ha una natura probabilistica, peraltro molto difficile da realizzare nel caso di un universo di indagine come quello in oggetto, e pertanto i risultati non possono essere generalizzati. D'altra parte le interviste dirette presentano per loro natura una maggiore capacità di indagine, permettendo, in particolare, di cogliere meglio gli aspetti motivazionali.

Il questionario è stato finalizzato a raccogliere informazioni e opinioni sui seguenti ambiti:

- dati socio-demografici dell'intervistato: età, sesso, nazionalità di origine, condizione occupazionale, periodo di permanenza in Italia, appartenenza e partecipazione ad associazioni;
- sportelli informativi per stranieri: livello di conoscenza relativo a questi servizi, efficacia della comunicazione istituzionale relativa a questi servizi, punti di forza e criticità dei servizi e della loro comunicazione, suggerimenti relativi al funzionamento di questi servizi e alla loro comunicazione;
- mezzi di comunicazione utilizzati: abitudini di fruizione mediale delle persone intervistate;
- comunicazione interculturale e partecipazione: efficacia della comunicazione interculturale in Emilia-Romagna, livello di conoscenza delle iniziative di comunicazione interculturale e dei centri interculturali presenti nelle principali città, livello di partecipazione ad iniziative culturali, manifestazioni e alle attività dei centri interculturali;
- comunicazione istituzionale: opinioni degli intervistati sulla comunicazione intrapresa da Comuni, Regione ed altre istituzioni locali per informare sui rispettivi servizi generali;
- rappresentazione dell'immigrazione sui media locali: opinioni degli intervistati sul modo in cui i media locali dell'Emilia-Romagna trattano le notizie su temi ed eventi legati all'immigrazione, suggerimenti su come migliorare l'informazione giornalistica locale sull'immigrazione.

Il questionario è stato testato su un gruppo di individui (circa 15) con caratteristiche simili a quelle del campione da intervistare. In tal modo è stato possibile individuare e correggere alcuni errori di interpretazione e alcune modalità di risposta risultate poco chiare o inappropriate.

L'indagine è stata condotta attraverso la somministrazione di interviste strutturate personali della durata di 30 minuti circa. Le interviste sono state condotte da una ricercatrice esperta nei metodi della ricerca sociale e sulle tematiche legate all'immigrazione, in grado di interagire anche nelle

principali lingue straniere. Tutto ciò ha consentito di contenere al minimo i casi di interviste incomplete ed i rifiuti.

Le persone intervistate sono state reclutate attraverso due principali modalità:

- reclutamento degli intervistati in luoghi di aggregazione in cui sono soliti radunarsi persone di origine straniera;
- reclutamento degli intervistati all'uscita di alcuni sportelli informativi per stranieri.

È stato intervistato anche un piccolo gruppo di persone reclutate attraverso associazioni no profit e centri interculturali.

L'analisi dei dati, sia per la natura esplorativa dell'indagine, sia per il numero non statisticamente significativo delle interviste somministrate, è puramente qualitativa. Non si è ritenuto utile effettuare più complesse analisi statistiche, sia per la tipologia di informazioni ottenute, sia per il numero di interviste raccolte che, sebbene interessanti per i contenuti emersi, non possono essere interpretate come rappresentative dell'intera popolazione di origine straniera residente e/o presente nella regione. L'indagine, pur con questi limiti, ha consentito di raccogliere e analizzare informazioni, opinioni e valutazioni in merito alla comunicazione interculturale, alla rappresentazione mediale e alla comunicazione dei servizi informativi per stranieri in Emilia-Romagna.

1.2.3 Le interviste in profondità con esponenti dei telegiornali locali

Sono state realizzate cinque interviste semi-strutturate in profondità con esponenti di alcuni media locali³. Due di queste interviste sono state realizzate con i direttori di due emittenti locali private dell'Emilia-Romagna, un'intervista è stata realizzata con un giornalista di un'altra emittente locale privata, un'intervista è stata realizzata con un giornalista del telegiornale regionale della Rai e, infine, un'intervista è stata realizzata con il direttore responsabile di un periodico cartaceo specializzato nella copertura di temi legati al multiculturalismo e all'immigrazione. Mentre il TgR Rai offre una copertura informativa che si rivolge a tutto il territorio dell'Emilia-Romagna, gli altri media locali si rivolgono principalmente alle aree territoriali delle province di Piacenza, Rimini, Ravenna e Bologna.

L'intervista semi-strutturata è uno strumento di indagine dove il livello di strutturazione, di standardizzazione e, soprattutto, di direttività è piuttosto ridotto al fine di consentire l'approfondimento di tematiche non previste che dovessero emergere nel corso dell'intervista. È stata predisposta una traccia d'intervista, organizzata attorno ad una serie di domande aperte,

³ Gli operatori dell'informazione intervistati sono: Simona Mullazzani, direttrice di Icaro TV (Rimini); Giovanni Mazzoni, direttore di ÈTV (Bologna); Michele Rancati, giornalista di Telelibertà (Piacenza); Nelson Bova, giornalista Rai (Sede Emilia-Romagna); Federica Angelini, direttrice di Città Meticcia.

tramite le quali sono state raccolte le informazioni necessarie, con la possibilità-facoltà di adattare ai singoli soggetti intervistati sia le domande sia l'ordine con cui vengono poste.

La traccia, che è disponibile in allegato al presente rapporto, è principalmente finalizzata ad approfondire le modalità tramite le quali l'informazione locale si occupa del tema dell'immigrazione. Nello specifico, queste interviste hanno consentito di approfondire il punto di vista degli operatori dell'informazione locale a proposito dei seguenti ambiti:

- problematiche ed opportunità per le testate giornalistiche che si occupano di tematiche legate all'immigrazione;
- ruolo delle fonti di informazione che vengono consultate più frequentemente quando vengono prodotte notizie su vicende dove sono coinvolte persone immigrate;
- rilevazione di buone pratiche nella copertura giornalistica di queste tematiche .

Le interviste, che hanno avuto una durata media di circa un'ora ciascuna, sono state audio-registrate, trascritte e successivamente analizzate.

1.2.4 I focus group con persone immigrate ed esponenti di associazioni

Sono infine stati realizzati due focus group, uno condotto con esponenti di associazioni di immigrati o che si occupano di persone immigrate, l'altro con persone di origine straniera. L'approccio adottato per la conduzione dei focus group è stato di tipo non direttivo e non strutturato. Il facilitatore, con la collaborazione di un assistente, ha svolto un ruolo attivo nel sottoporre ai partecipanti una serie di stimoli iniziali, sotto forma di domande, finalizzati ad incentivare una discussione spontanea tra i partecipanti. Il facilitatore è intervenuto solamente per moderare la discussione, per fare cioè in modo che i partecipanti non si accavallassero e, solo in pochissimi casi, per reindirizzare la discussione allorché si era spostata su tematiche non di interesse per la ricerca.

I principali ambiti tematici investigati attraverso la conduzione dei due focus group sono:

- le modalità attraverso le quali i media locali dell'Emilia-Romagna rappresentano le persone immigrate;
- il funzionamento e la comunicazione relativa ai servizi informativi attivi nei vari comuni emiliano-romagnoli;
- la rilevazione di buone pratiche e delle principali criticità relative alle iniziative di comunicazione interculturale attivate sul territorio.

Le tracce utilizzate per la conduzione dei due focus group sono disponibili in allegato al presente rapporto. Le discussioni avvenute tra i partecipanti sono state audio-registrate, trascritte e sottoposte ad un'analisi di tipo qualitativo da parte di ricercatori esperti. Al fine di stimolare una discussione libera da condizionamenti, ai partecipanti è stato garantito l'anonimato: l'analisi illustrata nel

presente report citerà alcuni passaggi particolarmente interessanti delle discussioni, ma senza fare riferimento al nome dei partecipanti o ad altre caratteristiche che ne possano consentire l'identificazione.

Il primo focus group si è svolto in presenza, oltre che dei due ricercatori che hanno svolto il ruolo di facilitatore ed assistente, di cinque esponenti di associazioni⁴: un esponente di un'associazione volta alla tutela e all'inserimento sociale delle persone immigrate, tre esponenti di associazioni che riuniscono persone immigrate ed un esponente di un'associazione finalizzata a favorire la cooperazione internazionale e gli scambi culturali tra l'Italia ed altri paesi esteri. Alcune di queste associazioni gestiscono, per conto di diversi Comuni emiliano-romagnoli, le attività di sportello dei servizi informativi per stranieri. Il secondo focus group, quello con persone immigrate, ha invece visto la partecipazione di quattro soggetti di origine straniera. Alcuni partecipanti a questo focus group sono attivi nel campo del volontariato o fanno parte di associazioni di cittadini di origine straniera presenti sul territorio emiliano-romagnolo.

1.3 Sintesi dei risultati

Lo studio, di tipo qualitativo, ha utilizzato una pluralità di strumenti d'indagine: interviste strutturate a persone immigrate, interviste semi-strutturate con esponenti dell'informazione locale, focus group condotti con esponenti di associazioni *no profit* e con persone di origine straniera ed ha consentito di raccogliere e analizzare informazioni, opinioni e valutazioni in merito alla comunicazione interculturale, alla rappresentazione mediale e alla comunicazione dei servizi informativi per stranieri in Emilia-Romagna.

⁴ In fase di progettazione dell'indagine era stato previsto un numero minimo di 6 partecipanti per ciascuno dei due focus group. Sono stati invitati a partecipare alla discussione circa venti rappresentanti di associazioni ed quindici persone immigrate, ricevendo la disponibilità e la conferma a partecipare da parte di 9 associazioni e di 8 persone immigrate. Il primo focus group si è tenuto il 15 maggio 2015 a Bologna in una sala messa a disposizione dal Co.Re.Com. Emilia-Romagna. Nella stessa giornata, la città di Bologna è stata interessata da uno sciopero dei mezzi pubblici che ha impedito a una parte dei partecipanti di raggiungere la sede del focus group. Il secondo focus group si è tenuto a Reggio Emilia il 16 maggio in una sala messa a disposizione dal centro interculturale Mondinsieme. Alcune persone immigrate che avevano dato la loro disponibilità hanno avvertito all'ultimo momento dell'impossibilità a partecipare. Il fatto che alla discussione si presentino meno persone rispetto a quelle che hanno dato la loro disponibilità è una questione ben evidenziata nella letteratura sociologica, in quanto questo accade molto frequentemente (Acocella, 2008; Corrao, 2000). Inoltre, non c'è accordo tra gli studiosi sul numero ideale di partecipanti ai focus group: per alcuni il numero che può garantire un buon esito della discussione va da un minimo di sei persone a un massimo di dieci (cfr. Acocella, 2008), mentre per altri il numero va da un minimo di quattro persone ad un massimo di dodici (cfr. Corrao, 2000). Gli studiosi sono invece concordi nel ritenere che, qualora si presentassero meno partecipanti rispetto al numero minimo stabilito, per rispetto di coloro che hanno mantenuto fede all'impegno preso è opportuno condurre lo stesso il focus group. In questo caso, il minor numero di opinioni raccolte verrebbe comunque compensato dal maggior approfondimento dei fenomeni indagati (Acocella, 2008; Corrao, 2000). Nel caso dei due focus group condotti nella presente ricerca, la qualità della discussione non ha risentito del minor numero di partecipanti, offrendo ai soggetti intervenuti maggiori opportunità di approfondire il loro punto di vista sui temi al centro della discussione. Fonti: Acocella Ivana (2008) I Focus Group: Teoria e Tecnica. FrancoAngeli, Milano; Corrao Sabrina (2000) I focus Group. FrancoAngeli, Milano.

Le interviste alle persone immigrate hanno innanzitutto evidenziato un buon livello di conoscenza degli sportelli informativi per stranieri. Il 68,6% degli intervistati è informato dell'esistenza, nella regione Emilia-Romagna, di questa rete di sportelli, attivati dai Comuni. Il livello di conoscenza appare in ogni caso associato con il tempo di permanenza delle persone immigrate nel nostro Paese. Gli intervistati che sono presenti da più tempo in Italia, sono quelli che sono maggiormente informati dell'esistenza di questi servizi.

L'informazione sugli sportelli informativi per stranieri circola prevalentemente attraverso il canale di comunicazione più informale, il passaparola, indicato da ben il 69,2% degli intervistati. Come è emerso anche dalle interviste esplorative e dai focus group, il passaparola svolge un ruolo centrale negli scambi informativi relativi a questi sportelli: le persone immigrate che usufruiscono di questi servizi (ed in particolare coloro che sono soddisfatti dei risultati ottenuti) tendono a pubblicizzare le attività degli sportelli, parlandone con connazionali e con conoscenti.

Del tutto irrilevante è invece il ruolo dei mezzi di comunicazione di massa. Molto bassa è inoltre la quota di intervistati che visita la pagina Internet dello sportello informativo per stranieri del loro Comune. Come emerso nel corso della fase esplorativa, la comunicazione di questi servizi è affidata ai Comuni, la maggior parte dei quali, per problemi di budget, non ha attivato campagne di comunicazione strutturate sui mezzi di comunicazione di massa.

Quasi tutti gli utenti che conoscono gli sportelli informativi per stranieri hanno già avuto modo di utilizzarne i servizi, e anche frequentemente. L'elevata quota di intervistati che si rivolge più volte agli sportelli informativi nel corso dell'anno (70,4%) può essere considerato come un primo possibile segnale di soddisfazione sui servizi offerti dagli sportelli. In tale direzione si possono complessivamente valutare le opinioni espresse dagli intervistati riguardo agli orari di apertura, alla cortesia, chiarezza e disponibilità del personale e alla completezza delle informazioni ricevute. In tutti questi i casi le quote di intervistati soddisfatti sono maggioritarie. Gli aspetti meno apprezzati dagli utenti degli sportelli informativi sono soprattutto di tipo organizzativo. In primo luogo i tempi di attesa e le code eccessivamente lunghe, a causa dell'elevato numero di utenti rispetto al numero di personale in organico. In secondo luogo, i giorni e gli orari di apertura degli sportelli informativi: ben il 25,5% degli utenti ha espresso valutazioni come, per esempio, "lo sportello è aperto troppi pochi giorni della settimana", "lo sportello non è aperto al pomeriggio" o "sono troppo poche le ore di apertura". Come sempre emerso nella fase esplorativa, in particolare gli sportelli informativi dei Comuni di minori dimensioni sono aperti solo poche ore a settimana (spesso concentrate in un solo giorno infrasettimanale) e questo può causare difficoltà agli utenti che sono impegnati in attività lavorative.

Gli aspetti viceversa più apprezzati riguardano innanzitutto l'utilità stessa del servizio fornito dagli sportelli. Si è trattato, in molti casi, di risposte generiche atte ad indicare, più che uno specifico aspetto positivo del servizio, la soddisfazione per il servizio in sé, inteso nel suo complesso ("apprezzo il fatto che ti insegnano a compilare i documenti", "ci aiutano tanto", "ti fanno fare le carte giuste"). In secondo luogo, gli intervistati hanno sottolineato la cortesia, la disponibilità e la capacità di ascolto del personale allo sportello. Così i suggerimenti espressi dagli intervistati (in forma libera) su come potrebbero essere migliorati i servizi offerti dagli sportelli informativi per stranieri hanno trovato polarizzazione sull'ampliamento dei giorni e degli orari di apertura degli sportelli informativi e sull'aumento del personale impiegato negli sportelli informativi in modo da poter smaltire più velocemente le file e ridurre i tempi di attesa degli utenti.

Molto contenuta la quota di intervistati che visita la pagina Internet dello sportello informativo per stranieri del loro Comune. Come già sottolineato, per la comunicazione le persone straniere si affidano soprattutto al passaparola. Come è emerso nel corso delle interviste, inoltre, spesso le amministrazioni locali tendono ad adattarsi lentamente ai cambiamenti imposti dalle tecnologie della comunicazione: i portali istituzionali presentano dunque strutture "pachidermiche" e labirintiche dove anche chi ha le capacità e gli strumenti fatica a muoversi. Questo renderebbe ancora più difficile l'orientamento in caso di soggetti con difficoltà linguistiche e poca familiarità con i media digitali.

Per migliorare e rendere più efficace la comunicazione riguardante la presenza sul territorio ed i servizi degli sportelli informativi per stranieri e, più in generale, la comunicazione sugli altri sportelli informativi dei Comuni – di quei servizi, cioè, che sono finalizzati a rilasciare informazioni a tutta la cittadinanza, come per esempio l'URP, l'Ufficio Relazioni con il Pubblico – gli intervistati indicano soprattutto i mezzi di comunicazione di tipo più tradizionale, come i manifesti e i volantini. Gli attori ritenuti più idonei a comunicare con maggiore efficacia l'esistenza e i servizi offerti dagli sportelli informativi sono innanzitutto i Comuni, la Regione e le altre istituzioni radicate nel territorio. Una quota minoritaria, ma non trascurabile, affiderebbe questo ruolo anche alle associazioni no profit presenti in Emilia-Romagna.

Dalle interviste effettuate emerge una maggioranza di chi ritiene che la comunicazione sui servizi informativi per stranieri debba essere effettuata solo in italiano (55,2%) rispetto a chi ritiene invece debba essere effettuata anche in altre lingue (41,0%). La maggior propensione a comunicare i servizi per stranieri solo in italiano è in linea con quanto emerso nel resto della ricerca, con il fatto, cioè, che la maggior parte degli utenti intervistati non ritiene che la questione linguistica rappresenti un problema tale da impedire la fruizione di questi servizi informativi.

Una specifica sezione del questionario è stata dedicata alla partecipazione, alla comunicazione interculturale e alla comunicazione istituzionale in Emilia-Romagna. La maggioranza dei rispondenti (62,2%) non ha partecipato ad alcuna iniziativa culturale o manifestazione organizzata nella sua città o nel suo paese di residenza, mentre poco più di un terzo (36,5%) degli intervistati ha dichiarato di aver partecipato ad iniziative di questo tipo. Si tratta in larghissima misura di feste di piazza, ricorrenze o concerti, di eventi di vario genere, cioè, non associati all'interculturalità o a temi legati all'immigrazione.

Nello specifico ambito di indagine sulla partecipazione ad iniziative legate alla multiculturalità, i risultati delle interviste effettuate evidenziano un livello di conoscenza dei centri interculturali complessivamente apprezzabile, ma non particolarmente elevato (20,5%). Anche tra coloro che conoscono o hanno dichiarato di conoscere il centro interculturale, la maggioranza non ha partecipato alle iniziative e agli eventi promossi da tali centri, viceversa solo un piccolo numero di intervistati partecipa con una certa regolarità. Così come è risultato estremamente esiguo il numero di intervistati che ha visitato con una certa frequenza il sito del centro.

Attraverso l'indagine sono state rilevate e analizzate anche le opinioni e le valutazioni delle persone di origine straniera intervistate sulla comunicazione istituzionale in generale, cioè sulla comunicazione fatta dai Comuni, dalla Regione o da altre istituzioni locali dell'Emilia-Romagna per informare la cittadinanza sui loro servizi. Quasi la metà degli intervistati sottolinea come la comunicazione istituzionale degli enti locali non tratti mai questioni importanti per le persone di origine straniera. Più articolate le valutazioni espresse dagli intervistati riguardo il linguaggio utilizzato per la comunicazione dalle istituzioni locali: per il 37,2% la comunicazione istituzionale non è chiara e non impiega un linguaggio semplice, mentre il 26,3% pensa il contrario. Il personale delle istituzioni locali ottiene invece valutazioni più gratificanti.

Riguardo infine la rappresentazione offerta dai media locali dell'immigrazione e delle persone immigrate, gli intervistati sottolineano in larga misura come sia fortemente improntata e imperniata su aspetti negativi o comunque problematici. Per favorire un'informazione più equilibrata sulle persone immigrate, innanzitutto i giornalisti dovrebbero conoscere meglio le culture straniere più presenti nel territorio, interagendo ed entrando in contatto più spesso con le persone immigrate e i media locali dovrebbero dedicare più attenzione e spazio al tema dell'integrazione fornendo esempi positivi di persone immigrate bene inserite nelle comunità locali e nei contesti lavorativi del territorio italiano o anche producendo approfondimenti sulle seconde generazioni.

Dalla comparazione dei monitoraggi effettuati sulla rappresentazione dell'immigrazione sui media locali dell'Emilia-Romagna emerge, in particolare, la prevalenza della cronaca. Le persone immigrate diventano oggetto dell'attenzione giornalistica soprattutto quando sono coinvolte in

attività illecite o criminali. Questo contribuisce a strutturare la rappresentazione di queste persone all'interno di una cornice di problematicità. Scarse sono infatti le notizie che sottolineano il contributo delle persone di origine straniera nell'economia locale o che mostrano esempi di immigrati ben integrati nella società e nei contesti lavorativi del territorio. Emerge inoltre la tendenza a considerare la nazionalità come il principale attributo che caratterizza questi soggetti. Una caratteristica, sostanzialmente, totalizzante.

Dalle interviste con gli operatori dell'informazione emerge come la prevalenza della cronaca dipenda principalmente da logiche strutturali dell'informazione giornalistica. Le forze dell'ordine svolgono il loro ruolo di fonti di informazione in modo efficace e professionale, fornendo alle redazioni informazioni che si prestano ad essere trattate giornalmisticamente in modo ottimale. In particolare, le redazioni locali devono confrontarsi spesso con scarse risorse e personale ridotto e questo tipo di notizie necessita di minori sforzi organizzativi: dal momento che provengono da fonti autorevoli, per esempio, è necessario un minor lavoro di verifica delle informazioni. Queste fonti sono inoltre particolarmente attive, non sono cioè i giornalisti che devono cercare le fonti, ma sono queste ultime a fornire ai giornalisti materiale che può essere facilmente ed utilmente trasformato in notizia. La cronaca, inoltre, è un argomento di particolare interesse per il pubblico.

Notizie su altri temi, come quelle sul ruolo delle persone immigrate nell'economia del territorio o le storie di casi positivi di migranti che riescono ad integrarsi bene nel tessuto sociale ed economico, necessitano di maggiori sforzi organizzativi per produrre approfondimenti giornalmistici. Al fine di favorire la produzione di questo tipo di notizie, può dunque essere utile supportare la strutturazione delle associazioni di immigrati e la loro professionalizzazione sui temi della comunicazione, come anche il rafforzamento della cooperazione tra diversi attori sociali, come le associazioni di categoria, l'associazionismo, le redazioni giornalmistiche e le istituzioni locali.

Capitolo 2

I risultati delle interviste con persone immigrate

Nel presente capitolo sono illustrati i principali risultati delle interviste semi-strutturate con persone immigrate. Dopo aver analizzato le caratteristiche delle persone intervistate, sono stati analizzati i dati sulle valutazioni relative ai servizi prestati dagli sportelli informativi per stranieri. Successivamente sono analizzati i dati sulle abitudini di fruizione mediale degli intervistati, le opinioni espresse su come migliorare e rendere più efficace la comunicazione dei servizi offerti dagli sportelli, le valutazioni fornite sulle iniziative di comunicazione istituzionale e sulla comunicazione interculturale in Emilia-Romagna. Da ultimo sono state analizzate le opinioni degli intervistati sul modo in cui i mezzi di comunicazione locali trattano le tematiche legate alle persone immigrate.

2.1 Le caratteristiche delle persone intervistate

La maggior parte degli intervistati è stata reclutata presso i luoghi dove si aggregano più frequentemente le persone immigrate. Come mostra la Tabella 1, il 53,9% dei soggetti intervistati (84 casi) è stato reclutato nelle piazze di alcune tra le principali città del territorio dell'Emilia-Romagna: 30 persone sono state intervistate a Bologna, 30 a Reggio Emilia, 10 a Parma, 8 a Ferrara e 6 a Cesena.

Tabella 1 - Modalità di reclutamento degli intervistati

	N.	%
Reclutamento in piazza	84	53,9
Reclutamento all'uscita degli sportelli informativi	66	42,3
Reclutamento tramite l'aiuto di associazioni	6	3,8
<i>Totale</i>	<i>156</i>	<i>100,0</i>

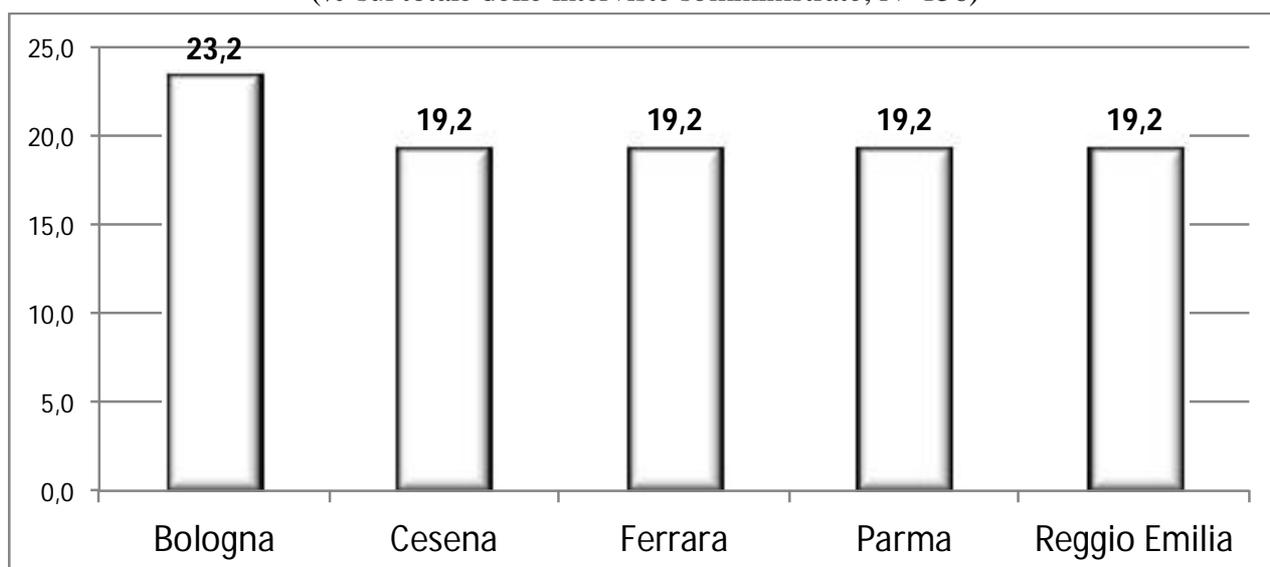
Il 42,3% degli intervistati (66 casi) è stato invece reclutato all'uscita degli sportelli informativi per stranieri nei comuni di Cesena (24 interviste), Ferrara (22 interviste) e Parma (20 interviste). È stato scelto di reclutare un numero significativo di intervistati in questi contesti al fine di poter rilevare un

numero sufficientemente adeguato di opinioni relative al funzionamento degli sportelli informativi per stranieri e alla comunicazione di questo tipo di servizi. Con riferimento ai due tipi principali di sportelli informativi illustrati in precedenza, è stato scelto di concentrare le attività di indagine ed il reclutamento degli intervistati nelle città di dimensioni maggiori, dove sono presenti sportelli informativi più strutturati, dotati di spazi e di personale dedicato ed in grado di fornire informazioni alle persone straniere in diversi giorni della settimana.

Un numero molto esiguo di questionari (6 casi, pari al 3,8% del totale delle interviste) è stato infine somministrato grazie all'aiuto degli organizzatori di un corso di lingua e cultura italiana a Bologna, i quali hanno favorito il contatto con i partecipanti al corso.

Le interviste, come già segnalato, sono state distribuite territorialmente, coinvolgendo cinque differenti aree della regione (vd. Fig.1).

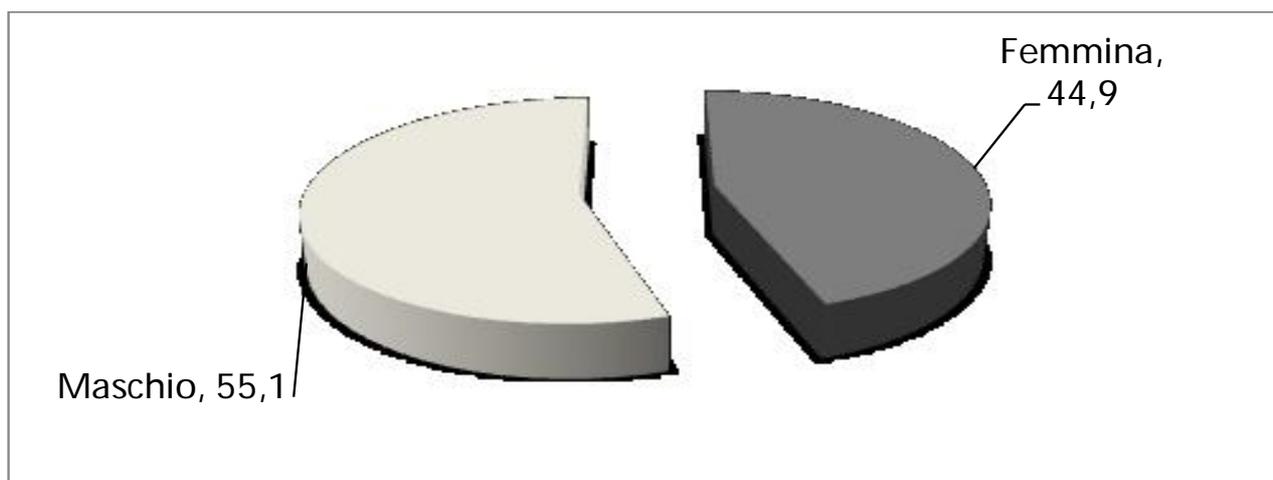
Figura 1 - Città nelle quali sono stati somministrati i questionari
(% sul totale delle interviste somministrate; N=156)



La distribuzione per sesso ed età degli intervistati appare in linea con quanto registrato dalle statistiche ufficiali sull'immigrazione straniera in Emilia-Romagna⁵: un sostanziale equilibrio tra la componente maschile e quella femminile, una netta prevalenza di giovani e, in particolare, di persone in età lavorativa (soprattutto con età compresa tra i 26 e i 45 anni) (vd. Fig. 2 e 3).

Figura 2 – Sesso dei soggetti intervistati

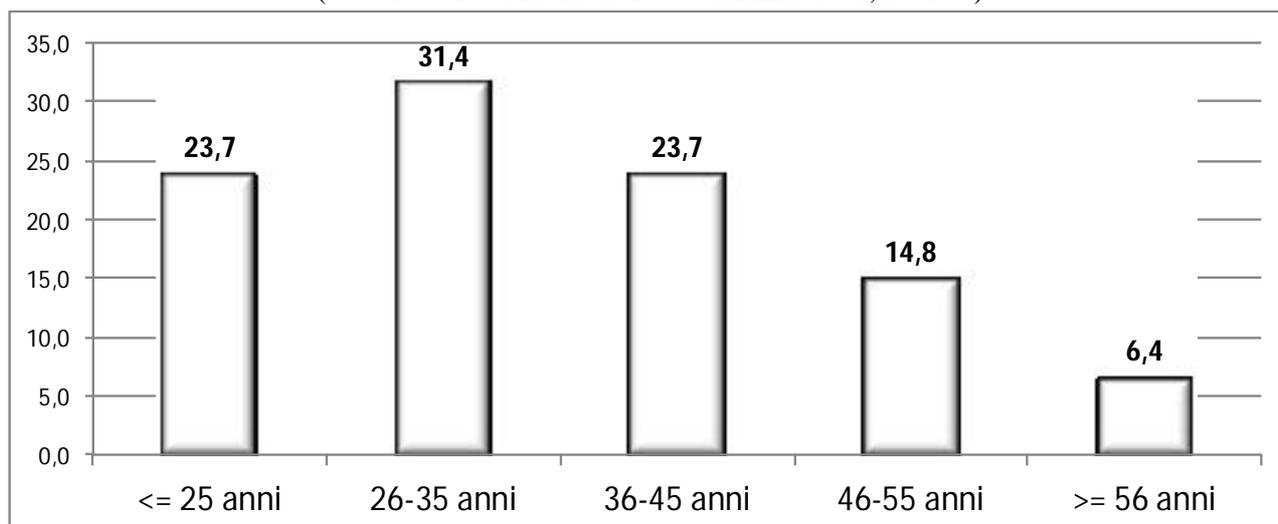
(% sul totale delle interviste somministrate; N=156)



Fonte: indagine diretta, 2015

Figura 3 – Classi di età dei soggetti intervistati

(% sul totale delle interviste somministrate; N=156)

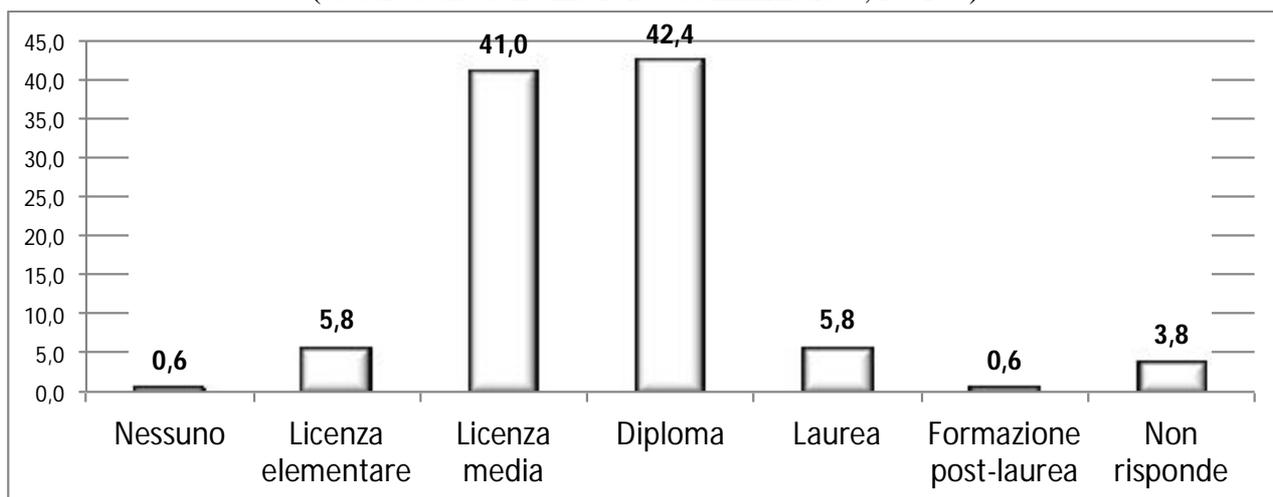


Fonte: indagine diretta, 2015

⁵ Regione Emilia-Romagna – Assessorato Politiche Sociali, L'immigrazione straniera in Emilia-Romagna, Edizione 2013, report a cura dell'Osservatorio regionale sul fenomeno migratorio. Vale la pena di sottolineare come l'indagine di cui si dà conto nel presente rapporto ha come oggetto gli immigrati stranieri provenienti da paesi non appartenenti alla Unione Europea.

La Figura 4, relativa al titolo di studio dei soggetti intervistati, mostra come la maggior parte del campione sia in possesso di un titolo di licenza media (41,0%) o di un diploma di istruzione superiore (42,4%). In un numero molto limitato di casi i soggetti intervistati sono in possesso della licenza elementare (5,8%) o della laurea (5,8%).

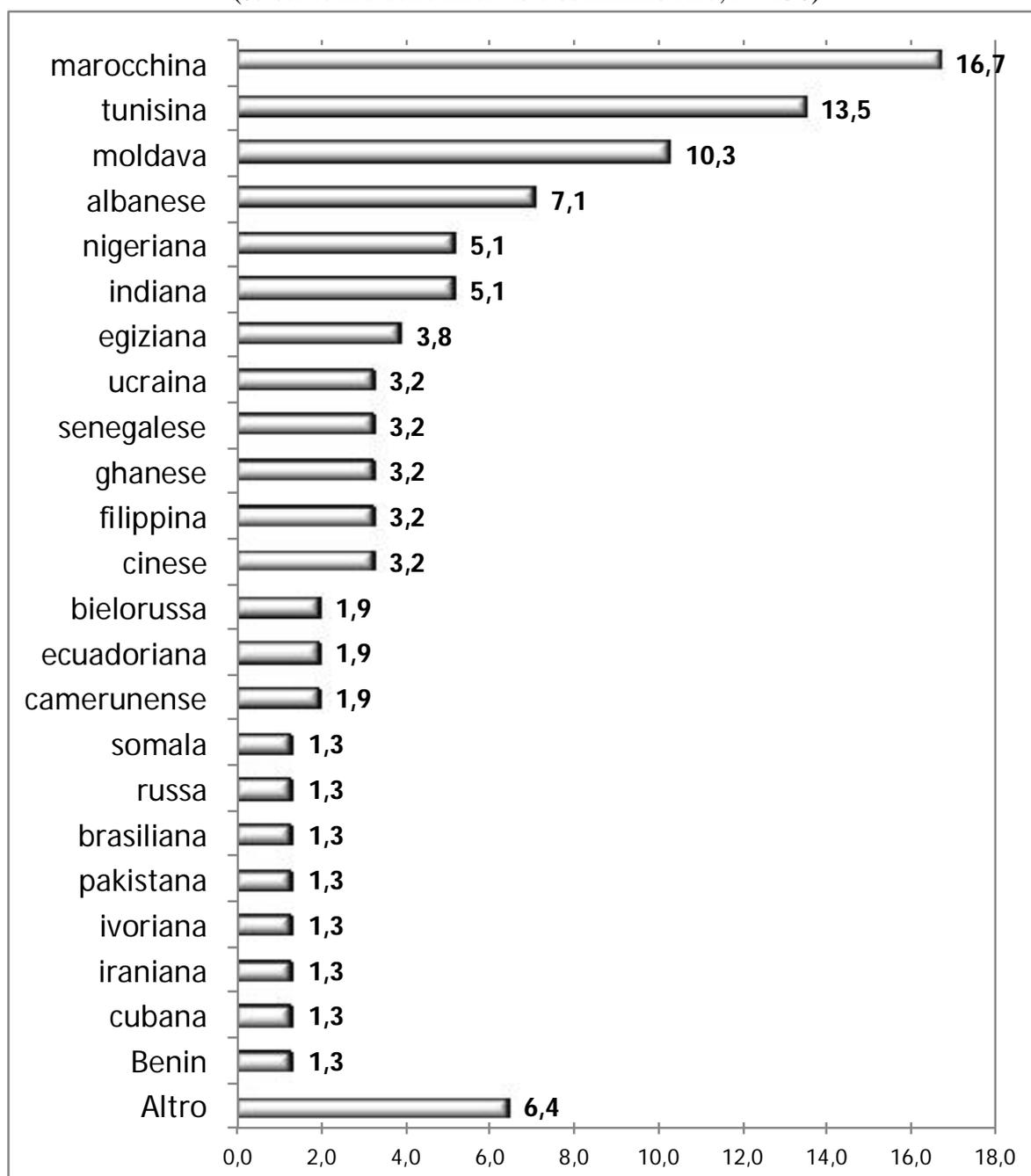
Figura 4 - Titolo di studio dei soggetti intervistati
(% sul totale delle interviste somministrate; N=156)



Fonte: indagine diretta, 2015

La figura 5 mostra invece la nazionalità d'origine delle persone intervistate. Su un totale di 156 soggetti intervistati, sono state rilevate ben 33 diverse nazionalità, riproponendo una struttura per paese di provenienza degli immigrati stranieri in Emilia Romagna piuttosto articolata⁶. Le tre nazionalità più presenti sono quella marocchina (16,7%), tunisina (13,4%) e moldava (10,3%).

Figura 5 - Nazionalità di origine dei soggetti intervistati
(% sul totale delle interviste somministrate; N=156)



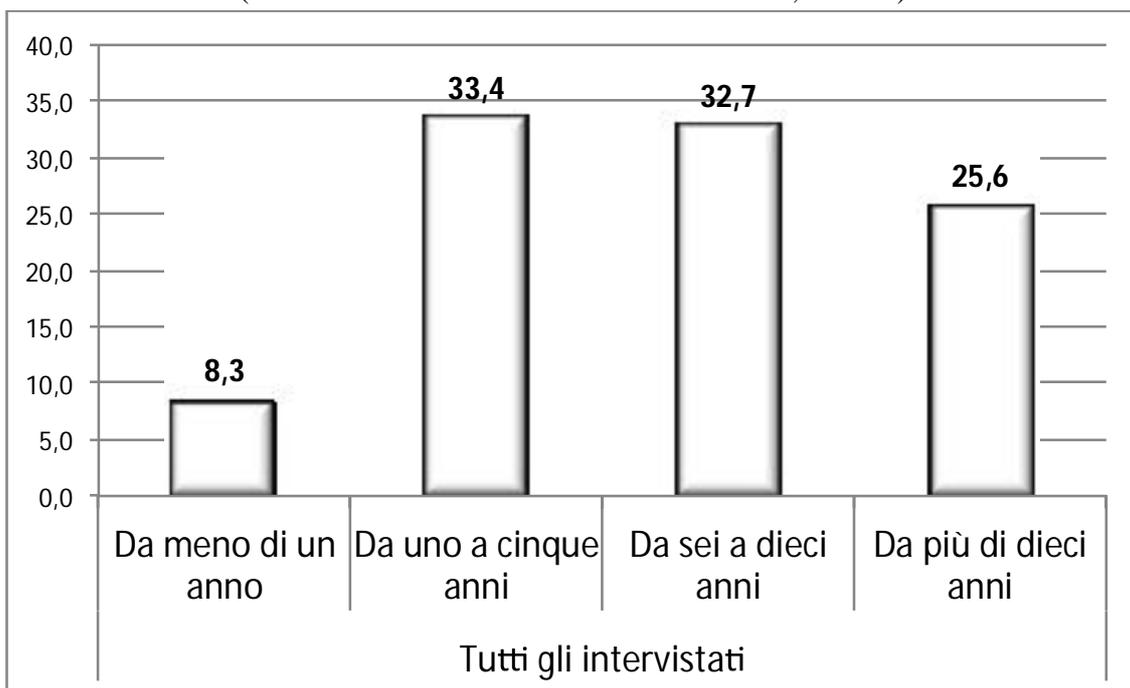
Fonte: indagine diretta, 2015

⁶ Cfr. nota 2.

Come illustrato nella Figura 6, solo l'8,3% degli intervistati si trova in Italia da meno di un anno. Un numero decisamente maggiore di soggetti intervistati si trova invece in Italia da periodi più lunghi di tempo: da uno a cinque anni (33,4%) o da sei a dieci anni (32,7%). Circa un quarto del campione (25,6%) si trova in Italia da sempre (è il caso delle seconde generazioni) o da più di dieci anni.

Figura 6 - Tempo di permanenza in Italia dei soggetti intervistati

(% sul totale delle interviste somministrate; N=156)



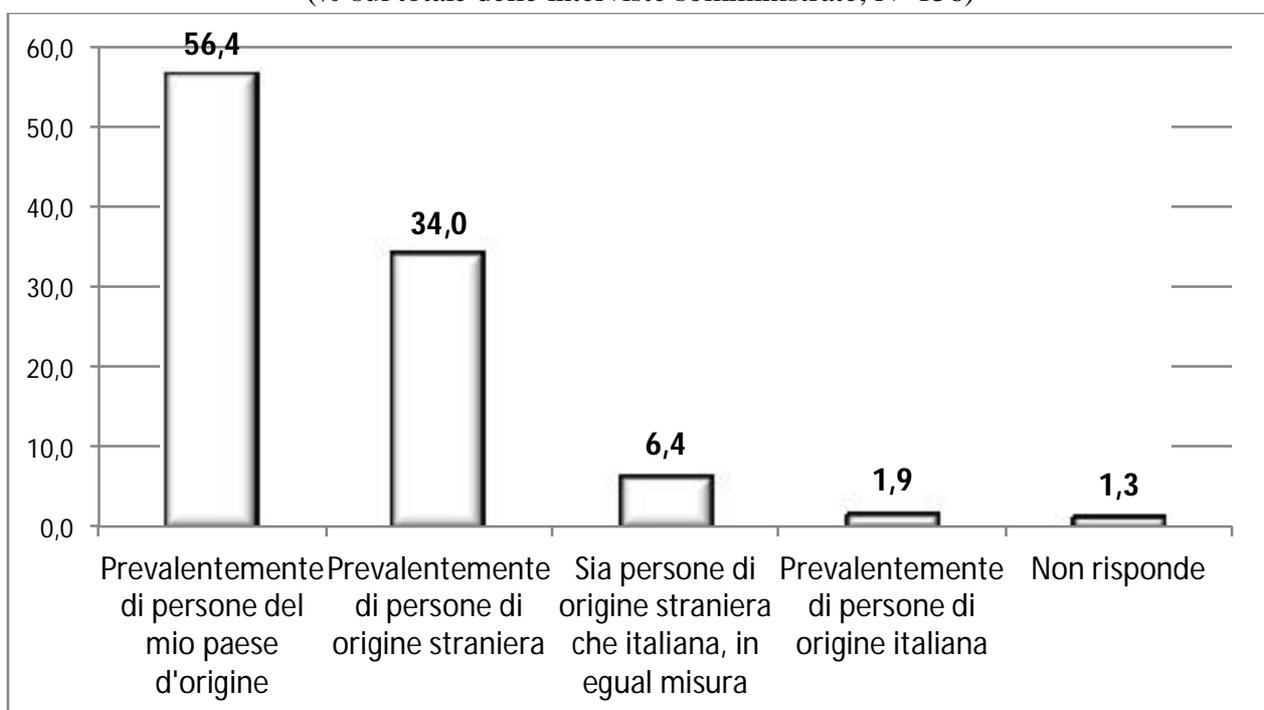
Fonte: indagine diretta, 2015

Solo una piccola quota degli intervistati (14 intervistati, pari al 9,0% del totale) fa parte o partecipa alle attività promosse da associazioni. Oltre alle 6 persone reclutate attraverso la scuola di lingua e di cultura italiana di Bologna, che sono iscritte all'associazione che ne organizza i corsi, è stata rilevata la partecipazione ad associazioni di cittadini di origine straniera (3 persone intervistate, per esempio, sono iscritte ad un'associazione di cittadini di origine senegalese), ad un'associazione di agricoltori e ad associazioni finalizzate a favorire attività musicali e di danza.

Attraverso l'indagine si è cercato di valutare il livello di integrazione delle persone immigrate all'interno dei contesti sociali e lavorativi in cui sono inserite in Italia. A tal fine si è fatto ricorso a una domanda indiretta per prevenire, o almeno ridurre, risposte influenzate da giudizi soggettivi o da valutazioni sulla desiderabilità sociale delle informazioni fornite all'intervistatrice. È stato infatti chiesto agli intervistati di indicare se i numeri di telefono memorizzati sulla rubrica del loro

cellulare appartengano prevalentemente a persone di origine italiana oppure a persone di origine straniera, distinguendo, in questo ultimo caso, tra le persone del medesimo paese d'origine dell'intervistato e le persone provenienti da altri paesi non italiani. Come mostra la Figura 7, in più della metà dei casi (56,4%) le maggior parte dei numeri memorizzati appartengono a persone del medesimo paese d'origine. Molto elevata è inoltre la percentuale di intervistati che sono prevalentemente in contatto con persone di altri paesi stranieri (34,0%), mentre estremamente ridotta è quella degli intervistati che sono in contatto prevalentemente con persone di origine italiana (1,9%). Il 6,4% degli intervistati, infine, ha indicato come la propria rubrica telefonica sia composta da numeri di persone di origine straniera ed italiana in egual misura.

Figura 7 – Numeri di telefono memorizzati sulla rubrica del cellulare degli intervistati
(% sul totale delle interviste somministrate; N=156)



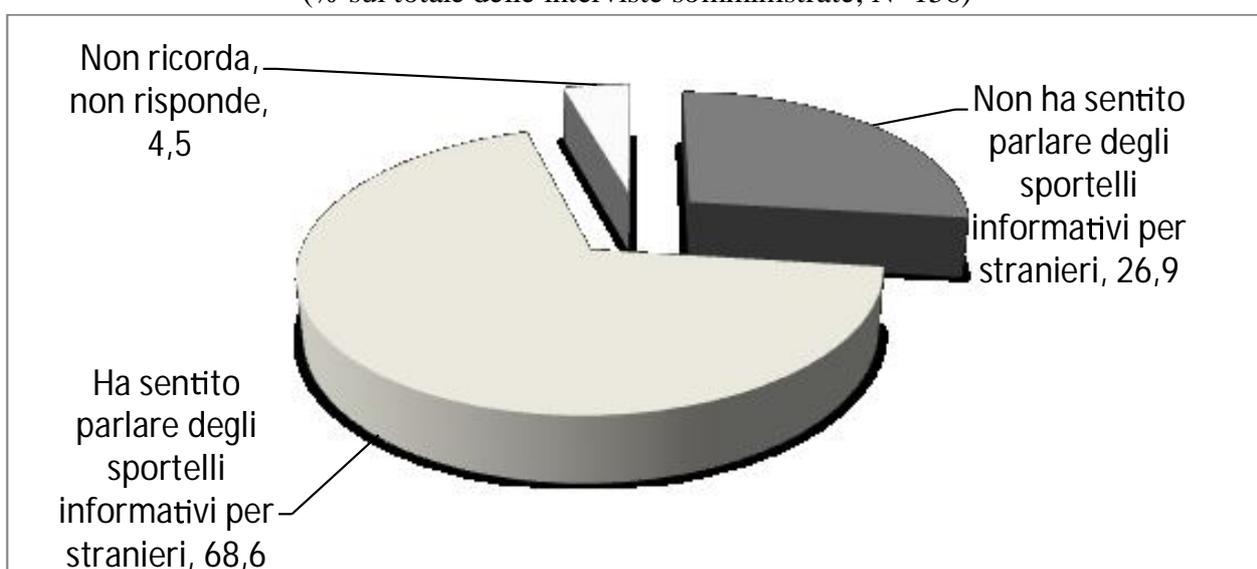
Fonte: indagine diretta, 2015

I risultati dell'indagine sembrano segnalare come il sistema di relazioni sociali degli stranieri immigrati riscontrato in questo territorio non appaia tendere significativamente all'apertura nei confronti delle comunità autoctone. Va invece sottolineato come risultino decisamente sviluppate le relazioni con gli altri gruppi di immigrati: il modello relazionale che sembra consolidarsi nelle dinamiche territoriali tende cioè maggiormente ad una promozione delle relazioni tra gruppi di immigrati piuttosto che tra comunità autoctona e persone immigrate.

2.2 Gli sportelli informativi per stranieri: valutazioni sui servizi prestati

L'indagine evidenzia un buon livello di conoscenza degli sportelli informativi per stranieri. Il 68,6% degli intervistati è informato dell'esistenza, nella regione Emilia-Romagna, di una rete di sportelli, attivati dai Comuni, dove è possibile ricevere informazioni e aiuto per compilare documenti e richieste di servizi. Minoritaria risulta la quota di persone di origine straniera, pari a circa un quarto del totale degli intervistati, che non ha mai sentito parlare di questi servizi, che si aggiunge al 4,5% che non ricorda e/o non ha risposto (Vd. Fig. 8).

Figura 8 - Livello di conoscenza degli sportelli informativi per stranieri
(% sul totale delle interviste somministrate; N=156)

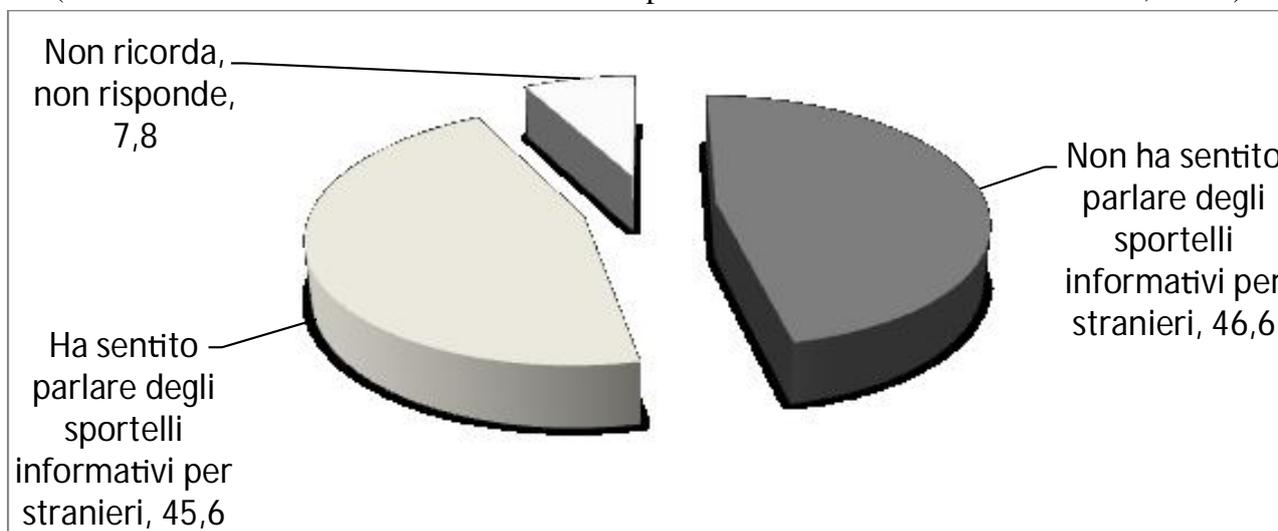


Fonte: indagine diretta, 2015

Se si escludono gli intervistati reclutati proprio all'uscita degli sportelli (così da poter meglio e più direttamente rilevare opinioni sul funzionamento dei servizi erogati), il livello di conoscenza si riduce significativamente, con una quota di informati e di non informati più o meno analoga (Vd. Fig. 9). Il livello di conoscenza appare in ogni caso associato con il tempo di permanenza delle persone immigrate nel nostro Paese. Più informati dell'esistenza di questi servizi sono, infatti, gli intervistati che da più tempo sono presenti in Italia.

**Figura 9 - Livello di conoscenza degli sportelli informativi per stranieri
(escluse le interviste effettuate con utenti degli sportelli)**

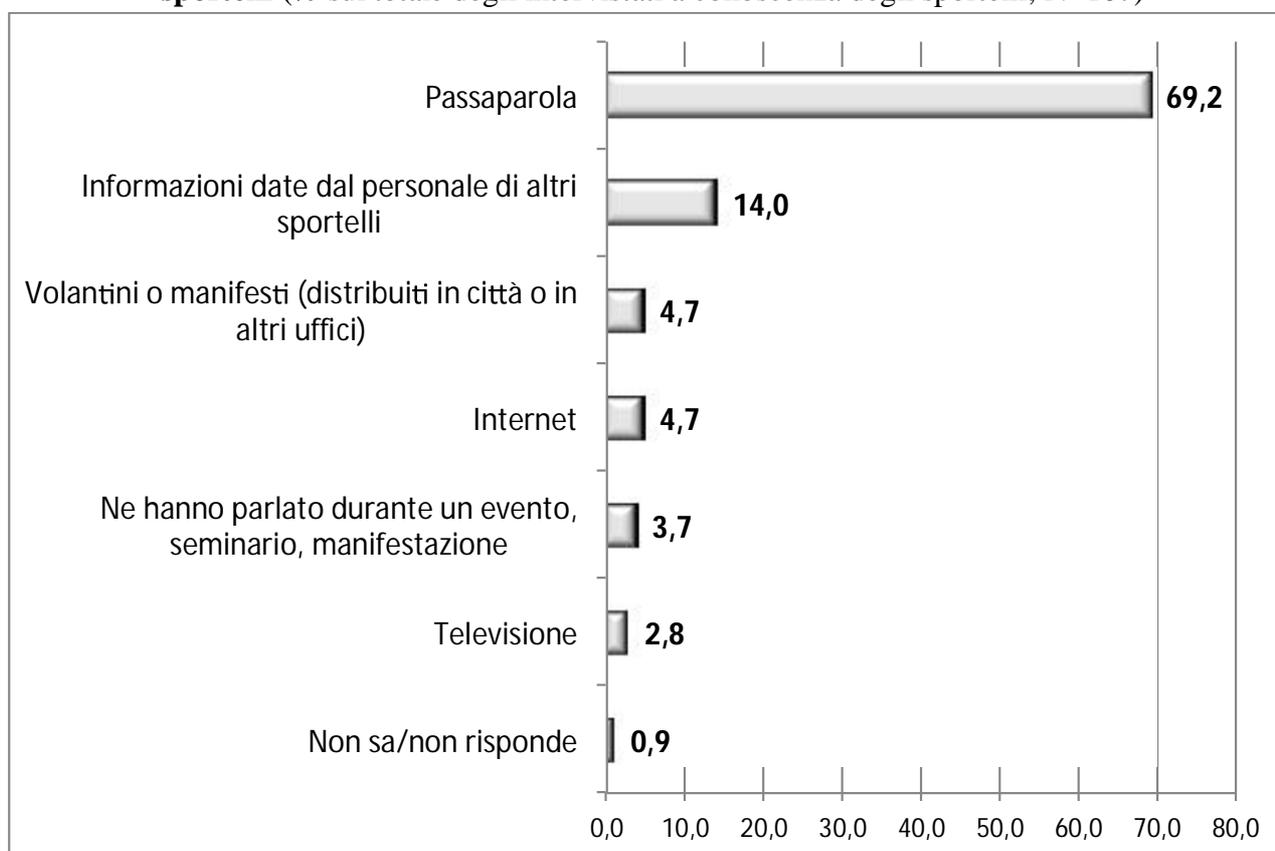
(% sul totale delle interviste somministrate in piazza o tramite l'aiuto di associazioni; N=90)



Fonte: indagine diretta, 2015

L'informazione sugli sportelli informativi per stranieri circola prevalentemente attraverso il canale di comunicazione più informale, il passaparola, indicato da ben il 69,2% degli intervistati (Vd. Fig. 10). Come è emerso anche dalle interviste esplorative e dai focus group, il passaparola svolge un ruolo centrale negli scambi informativi relativi a questi sportelli: le persone immigrate che usufruiscono di questi servizi, ed in particolare coloro che sono soddisfatti dei risultati ottenuti, tendono a pubblicizzare le attività degli sportelli, parlandone con connazionali e con conoscenti.

Figura 10 – Canali informativi tramite i quali gli intervistati sono venuti a conoscenza degli sportelli (% sul totale degli intervistati a conoscenza degli sportelli; N=107)



Fonte: indagine diretta, 2015

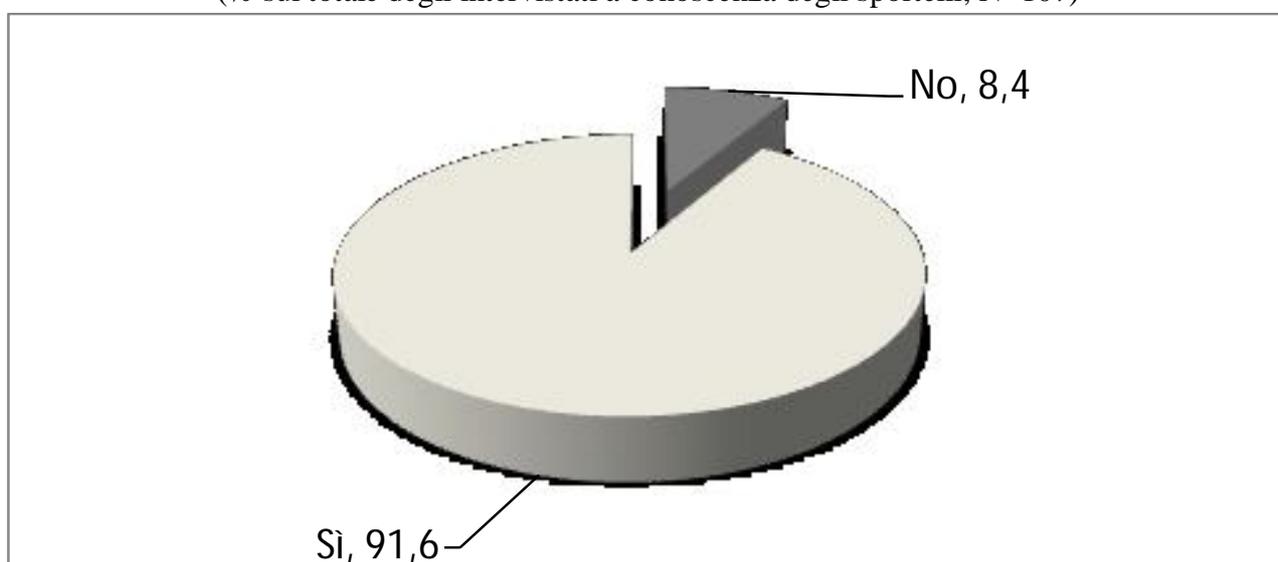
In generale l'indagine individua come largamente prevalenti e più efficaci i canali informativi basati sulla comunicazione interpersonale. Al 69,2% di informati con il passaparola, segue il 14,0% che è venuta a conoscenza dell'esistenza di sportelli informativi dedicati alle persone straniere dal personale di altri sportelli del Comune o di altri soggetti ed istituzioni, come la Questura o i sindacati. In un numero molto più limitato di casi, gli intervistati hanno scoperto l'esistenza degli sportelli grazie a volantini o a manifesti disponibili presso gli uffici del Comune o di altre istituzioni

radicate nel territorio (4,7%)⁷ oppure navigando sul sito Internet del loro Comune (4,7%)⁸. In un numero ancora più limitato di casi, le persone immigrate sono venute a conoscenza degli sportelli partecipando a seminari, manifestazioni o ad altri tipi di eventi (3,7%). Del tutto irrilevante è invece il ruolo dei mezzi di comunicazione di massa: solo il 2,8% degli intervistati ha scoperto questi servizi tramite la televisione, mentre nessuno ha indicato altri mezzi di comunicazione come i quotidiani, i periodici o la radio. Come emerso nel corso della fase esplorativa, la comunicazione di questi servizi è affidata ai Comuni, la maggior parte dei quali, per problemi di budget, non ha attivato campagne di comunicazione strutturate sui mezzi di comunicazione di massa.

Come mostra la Figura 11, quasi tutti gli utenti (ben il 91,6%) che conoscono gli sportelli informativi per stranieri hanno già avuto modo di utilizzarne i servizi. Anche escludendo dall'analisi i casi in cui gli intervistati sono stati reclutati all'uscita di uno di questi sportelli, la percentuale di chi ha già utilizzato il servizio resta molto alta: il 78,0% degli intervistati ha utilizzato i servizi degli sportelli, mentre solo il 22,0% ne conosce l'esistenza ma non ha mai usato questi servizi, preferendo ricorrere all'aiuto di parenti ed amici nella compilazione di documenti o nella richiesta di servizi.

Figura 11 – Ha mai utilizzato i servizi di uno sportello informativo per stranieri in Emilia-Romagna?

(% sul totale degli intervistati a conoscenza degli sportelli; N=107)



Fonte: indagine diretta, 2015

⁷ Solo in un caso l'intervistato ha dichiarato di aver visto dei manifesti o dei volantini distribuiti in città, posizionati al di fuori di enti o istituzioni locali.

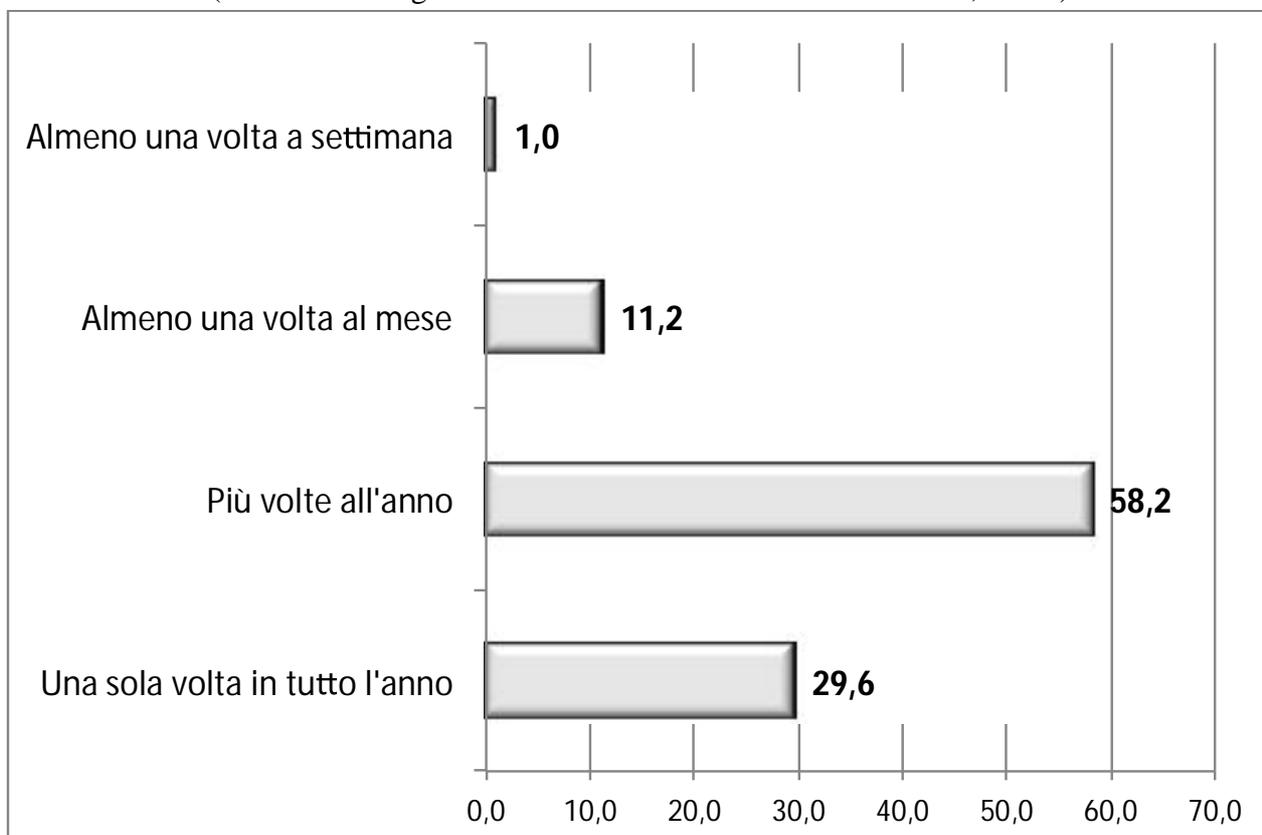
⁸ Su un totale di cinque intervistati che hanno scoperto l'esistenza di questi sportelli su Internet, quattro hanno trovato l'informazione navigando sul sito Internet del loro Comune, mentre solo uno ha trovato le informazioni sullo sportello postale su una pagina di un social network che non era gestita da istituzioni o enti locali.

Emerge dunque come gli sportelli informativi si configurino come servizi utili, ma poco o non sufficientemente pubblicizzati da parte dei Comuni. Analizzando il livello di conoscenza di questi servizi posseduto dagli utenti, non è infatti emerso un ruolo significativo della comunicazione di massa. Al contrario, è emerso un ruolo centrale della comunicazione interpersonale, ed in particolare del passaparola tra cittadini di origine straniera. Come approfondiremo a breve, chi usa questi sportelli è probabilmente abbastanza soddisfatto dei servizi ottenuti, e sparge la voce all'interno delle proprie reti di conoscenti. Rimangono invece più "scoperti" potenziali utenti che, probabilmente perché non inseriti all'interno di reti sociali dove circola questo tipo di informazioni, non sono a conoscenza di servizi che potrebbero rivelarsi utili anche per loro.

Per quanto riguarda la frequenza con cui le persone immigrate si avvalgono dei servizi informativi a loro dedicati, la Figura 12 mostra come la maggior parte degli utenti intervistati si rivolga a questi sportelli più volte all'anno (58,2%). L'11,2% degli intervistati utilizza questi servizi almeno una volta al mese, mentre solo il 29,6% degli intervistati si è rivolto agli sportelli solo una volta nel corso dell'ultimo anno.

Figura 12 – Frequenza con cui gli utenti intervistati si sono rivolti agli sportelli informativi per stranieri nel corso dell'ultimo anno

(% sul totale degli intervistati che hanno utilizzato i servizi; N=98)



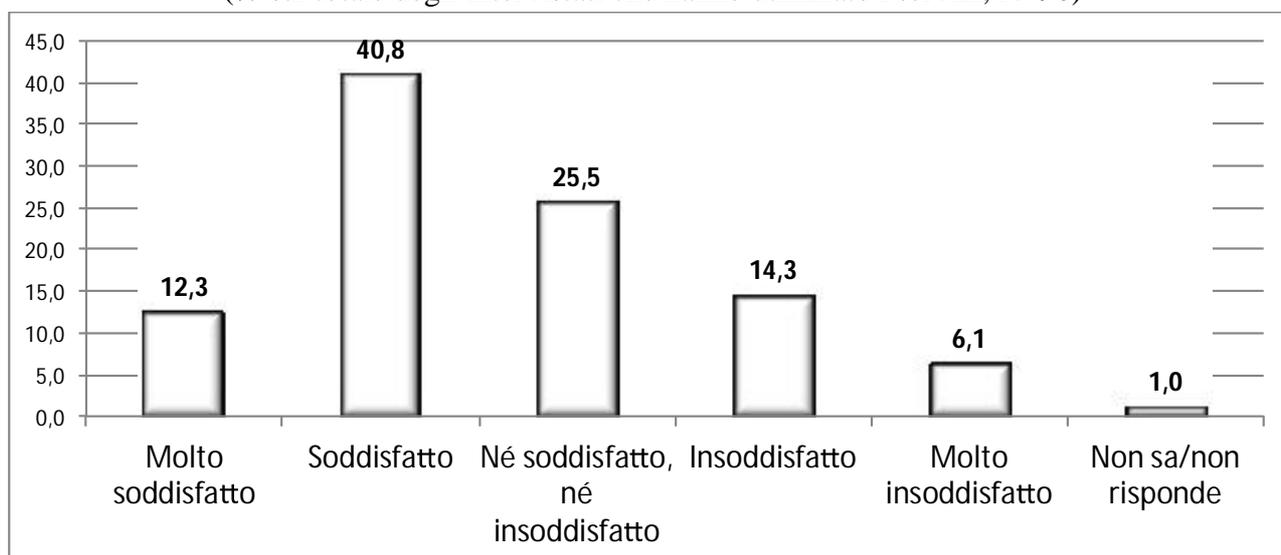
Fonte: indagine diretta, 2015

L'elevata quota di intervistati che si rivolge più volte agli sportelli informativi nel corso dell'anno può essere considerato come un primo possibile segnale di soddisfazione sui servizi offerti dagli sportelli. In tale direzione si possono complessivamente valutare le opinioni espresse dagli intervistati riguardo gli orari di apertura, la cortesia, chiarezza e disponibilità del personale e la completezza delle informazioni ricevute.

Come mostra la figura 13, per quanto riguarda gli orari di apertura degli sportelli, ben il 53,1% degli utenti intervistati si dichiara soddisfatto o molto soddisfatto della situazione esistente. Circa un quarto degli utenti (25,5%) non è né soddisfatto né insoddisfatto, mentre solo il 20,4% si dichiara insoddisfatto o molto insoddisfatto.

Figura 13 – Livello di soddisfazione nei confronti degli orari di apertura degli sportelli informativi per stranieri

(% sul totale degli intervistati che hanno utilizzato i servizi; N=98)

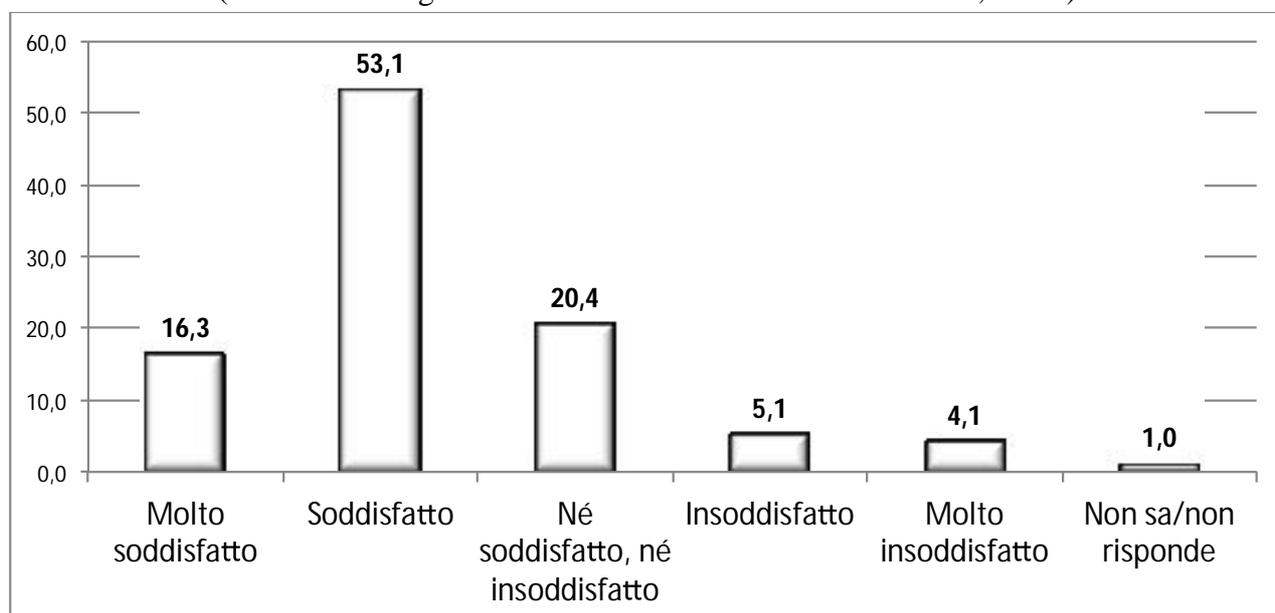


Fonte: indagine diretta, 2015

Particolarmente elevato appare il livello di soddisfazione nei confronti della cortesia e della disponibilità del personale degli sportelli informativi per stranieri. Come mostra la Figura 14, il 69,4% degli utenti intervistati si dichiara soddisfatto o molto soddisfatto dell'approccio adottato dal personale, mentre solo il 9,2% si dichiara insoddisfatto o molto insoddisfatto. Rispetto alla rilevazione relativa agli orari degli sportelli, decresce inoltre il numero di soggetti che esprimono posizioni intermedie (chi si dichiara "né soddisfatto, né insoddisfatto" è solo il 20,4%).

Figura 14 – Livello di soddisfazione nei confronti della cortesia e della disponibilità del personale degli sportelli informativi per stranieri

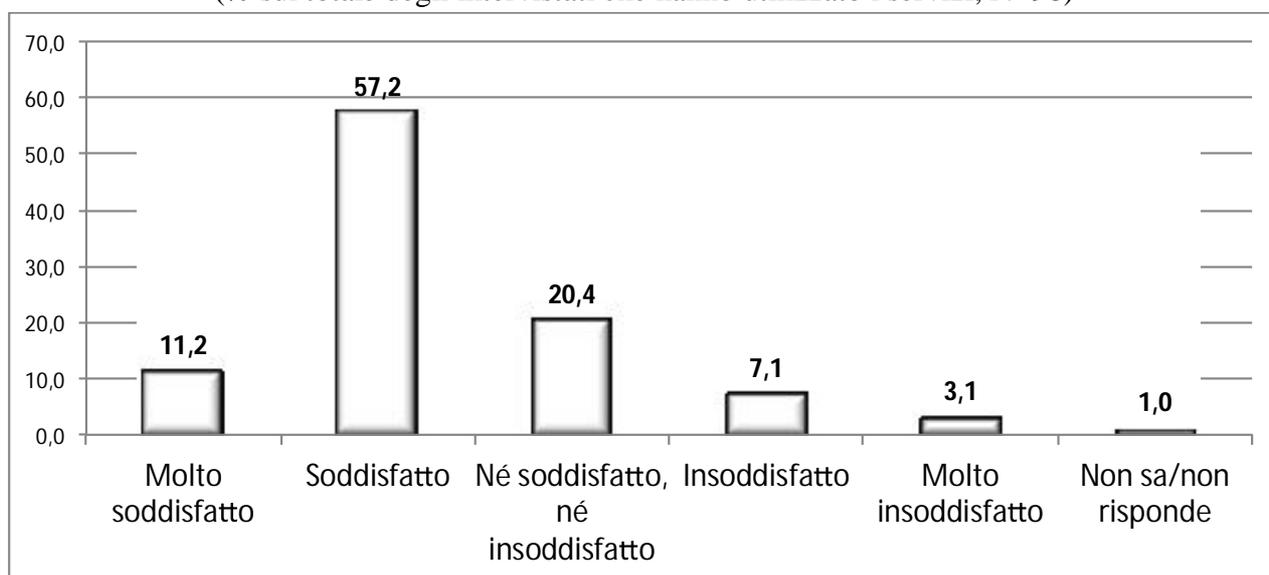
(% sul totale degli intervistati che hanno utilizzato i servizi; N=98)



Fonte: indagine diretta, 2015

Il livello di soddisfazione nei confronti della chiarezza con cui si è espresso il personale degli sportelli si attesta su valori molto simili a quello relativo alla cortesia e disponibilità del personale. Come mostra la Figura 15, infatti, il 68,4% degli utenti intervistati si dichiara soddisfatto o molto soddisfatto della chiarezza con cui gli sono state fornite le informazioni, mentre solo il 10,2% si dichiara insoddisfatto o molto insoddisfatto.

Figura 15 – Livello di soddisfazione nei confronti della chiarezza con cui si è espresso il personale degli sportelli informativi per stranieri
(% sul totale degli intervistati che hanno utilizzato i servizi; N=98)

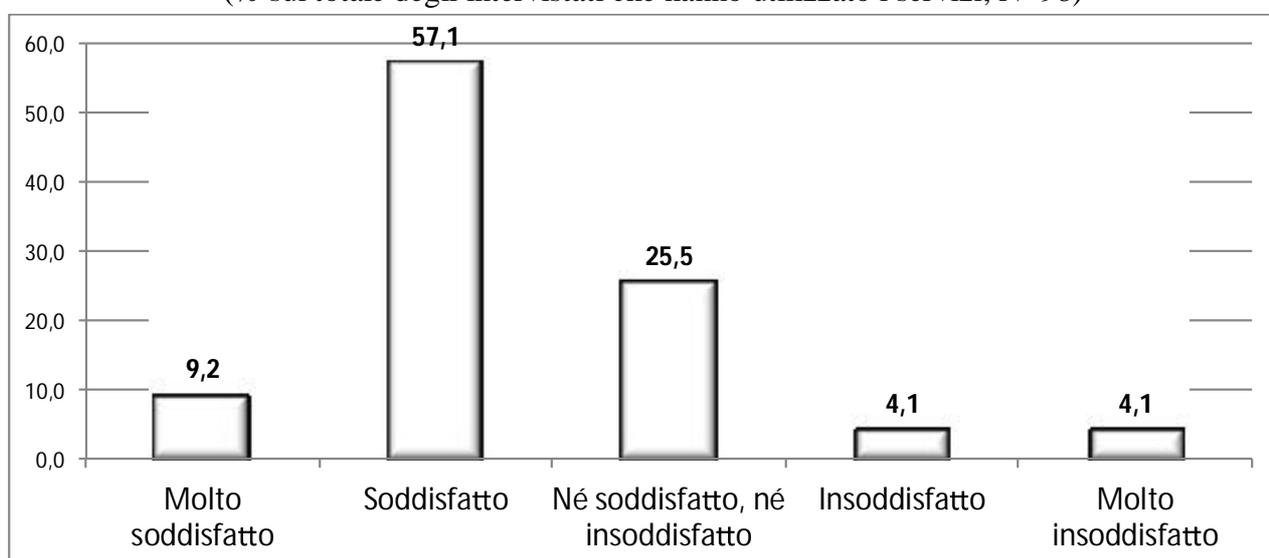


Fonte: indagine diretta, 2015

La Figura 16 mostra infine il livello di soddisfazione nei confronti delle informazioni ricevute. La domanda del questionario a cui fa riferimento questa figura è finalizzata ad indagare l'efficacia dei servizi offerti da questi sportelli, a cercare di capire, cioè, se gli utenti intervistati sono riusciti ad ottenere le informazioni per le quali si sono rivolti agli sportelli informativi. Anche in questo caso il livello di soddisfazione appare elevato: il 66,3% degli utenti ha dichiarato di essere soddisfatto o molto soddisfatto, mentre solo l'8,2% degli utenti si è dichiarato insoddisfatto o molto insoddisfatto.

Figura 16 – Livello di soddisfazione nei confronti delle informazioni ricevute presso gli sportelli informativi per stranieri

(% sul totale degli intervistati che hanno utilizzato i servizi; N=98)



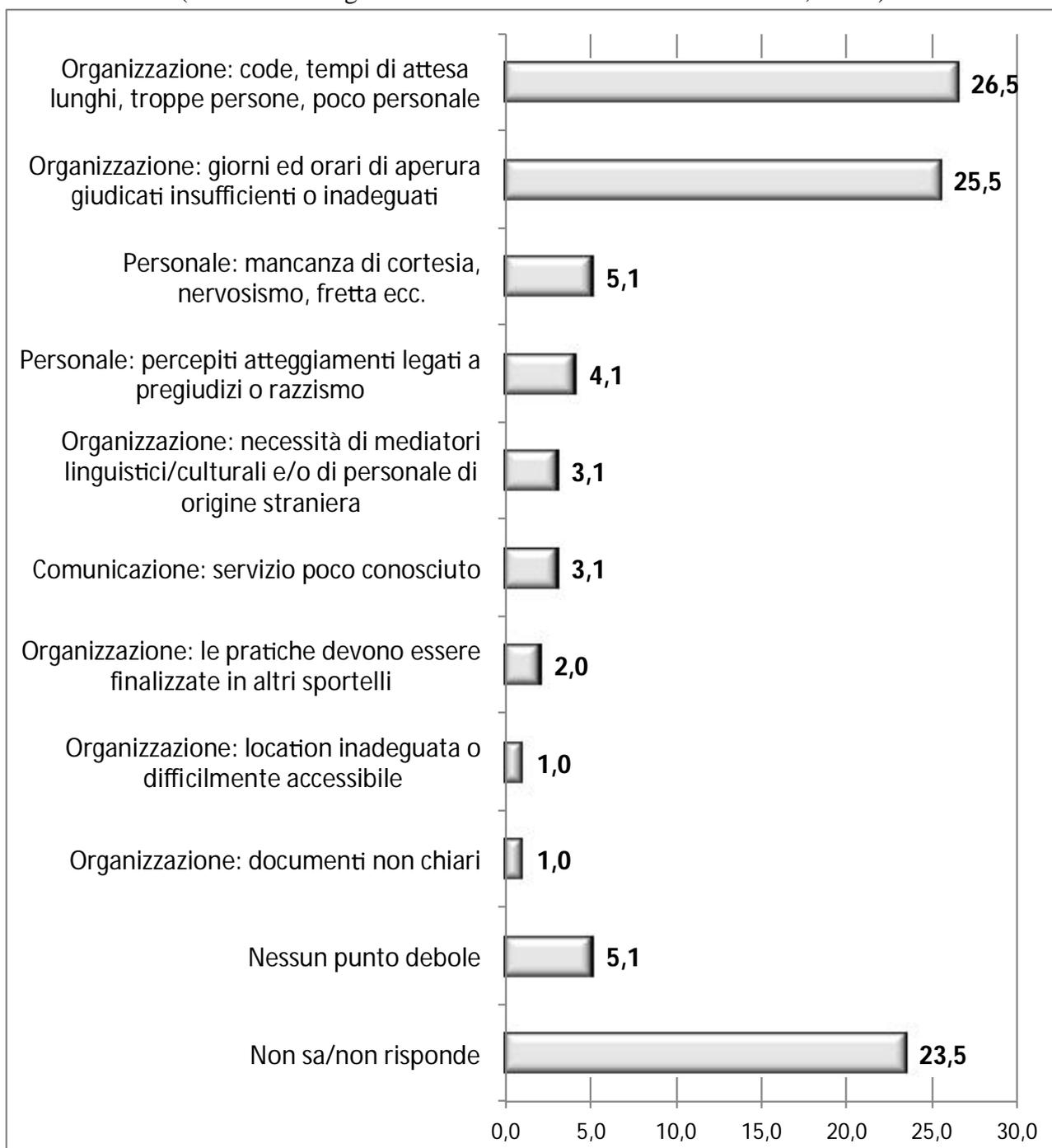
Fonte: indagine diretta, 2015

Una serie di domande del questionario erano invece finalizzate a comprendere quali sono, secondo gli utenti intervistati, gli aspetti che apprezzano meno e quelli che apprezzano di più dei servizi offerti dagli sportelli informativi per stranieri. Per far emergere eventuali elementi non facilmente prevedibili o identificabili, è stata posta agli intervistati una domanda con risposta aperta, lasciando loro la possibilità di rispondere liberamente. Nella successiva fase di analisi le risposte degli intervistati sono state riclassificate secondo un insieme di categorie più ristretto ma sufficientemente omogenee al loro interno. Il punto debole degli sportelli informativi indicato più frequentemente dagli utenti intervistati riguarda gli aspetti organizzativi e, in particolare, riguarda il fatto che, a causa dell'elevato numero di utenti rispetto al numero di personale in organico, i tempi di attesa e le code di utenti sarebbero particolarmente lunghe. Questo aspetto è stato indicato dal 26,5% degli

utenti intervistati, i quali hanno espresso valutazioni come, per esempio, “ci sono troppe persone”, “c’è troppa fila”, “sono lenti”, “lavora solo una persona”, “c’è solo uno sportello aperto” o “non va bene aspettare tanto” (vd. Fig. 17).

Figura 17 – Aspetti meno apprezzati dagli utenti relativamente ai servizi ricevuti presso gli sportelli informativi per stranieri

(% sul totale degli intervistati che hanno utilizzato i servizi; N=98)



Fonte: indagine diretta, 2015

Il secondo aspetto meno apprezzato dagli intervistati riguarda i giorni e gli orari di apertura degli sportelli informativi: ben il 25,5% degli utenti ha espresso valutazioni come, per esempio, “lo sportello è aperto troppi pochi giorni della settimana”, “lo sportello non è aperto al pomeriggio”, o “sono troppo poche le ore di apertura”. Come emerso nella fase esplorativa, in particolare gli sportelli informativi dei Comuni di minori dimensioni sono aperti solo poche ore a settimana, spesso concentrate in un solo giorno infrasettimanale, e questo può causare difficoltà agli utenti che sono impegnati in attività lavorative.

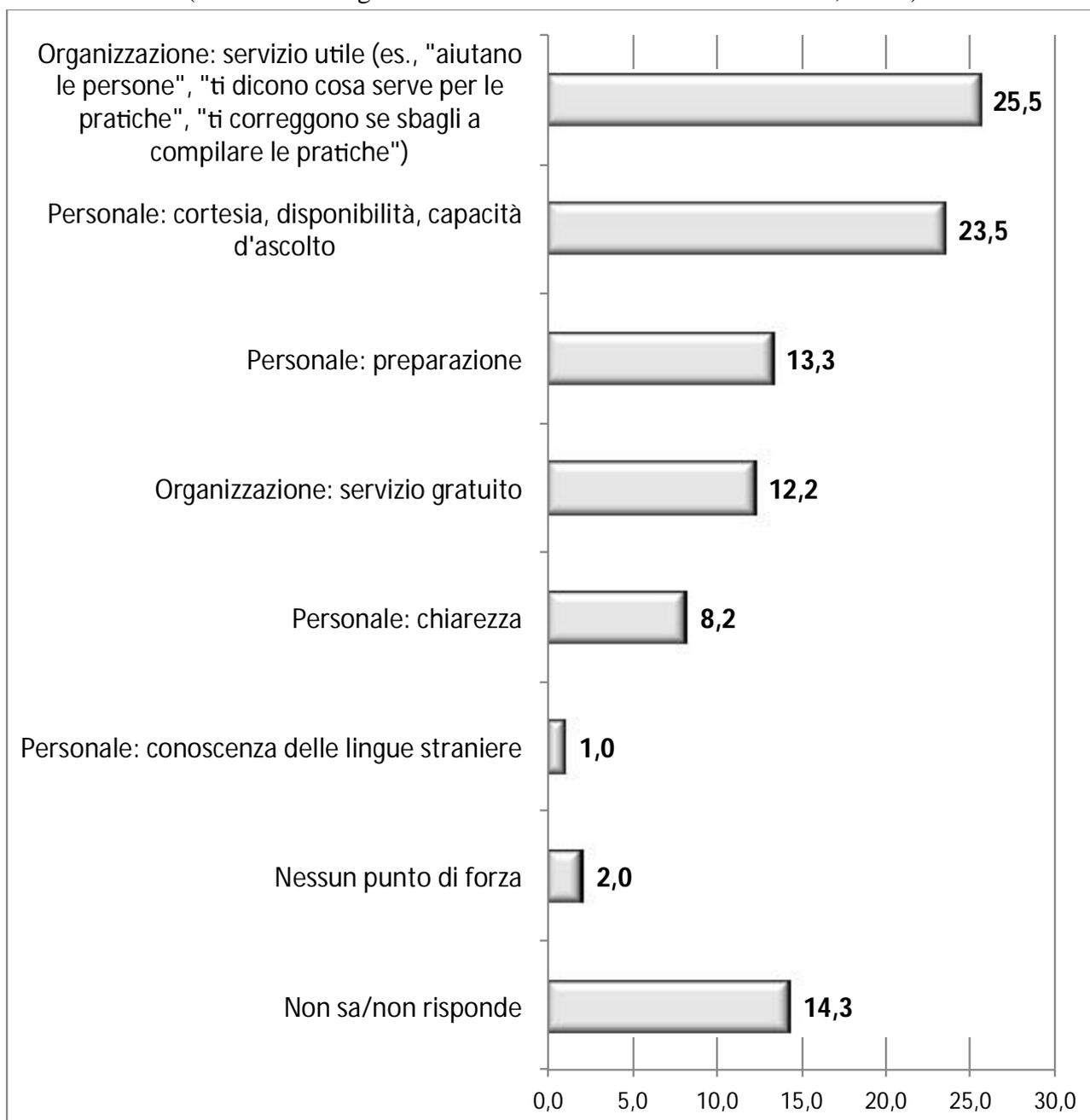
Altri punti deboli degli sportelli informativi riguardano l’atteggiamento del personale e sono stati messi in evidenza dagli utenti intervistati con una frequenza decisamente inferiore rispetto ai primi due aspetti illustrati. Il 5,1% degli intervistati evidenzia la fretta, il nervosismo e, in alcuni casi, la mancanza di cortesia da parte degli operatori degli sportelli (vd. Fig. 17). Un utente, ad esempio, ha indicato come il personale “non sia stato gentile”, mentre altri si sono concentrati sulla “maleducazione” o sul fatto che gli è stato dedicato “poco tempo”. Sempre in un numero molto limitato di casi, inoltre, sono stati percepiti atteggiamenti legati al razzismo o al pregiudizio da parte del personale degli sportelli (4,1%). Esempi di valutazioni di questo tipo sono riportati qui di seguito: “sono razzisti e maleducati!”, “a volte le persone sono prevenute”, “se vado io, [giovane ragazza marocchina], mi trattano bene, se va mia madre con il velo viene invece discriminata”.

Altri aspetti negativi messi in evidenza da un numero molto marginale di intervistati riguardano: la necessità di integrare il servizio con le professionalità di mediatori linguistici e culturali o assumendo personale di origine straniera (3,1%); il fatto che il servizio, giudicato molto utile per le persone immigrate, sia in effetti poco conosciuto tra le comunità di stranieri presenti sul territorio (3,1%); il fatto che è possibile ricevere aiuto nel compilare moduli e pratiche, ma poi questi devono spesso essere presentati in altri sportelli per la loro finalizzazione (2,0%); il fatto che la location sia inadeguata (1,0%, “il posto è brutto”) o il fatto che i documenti non sono chiari (1,0%). Ben il 5,1%, infine, ha indicato, sempre spontaneamente, che le prestazioni ottenute presso gli sportelli non presentino alcun punto debole.

La Figura 18 mostra invece le categorie generali all’interno delle quali sono state ricondotte le valutazioni sugli aspetti maggiormente apprezzati dei servizi offerti dagli sportelli informativi. Il 25,5% degli utenti intervistati ha indicato come principale punto di forza l’utilità stessa del servizio fornito dagli sportelli. Si tratta, in molti casi, di risposte generiche atte ad indicare, più che uno specifico aspetto positivo del servizio, la soddisfazione per il servizio in sé, inteso nel suo complesso (“apprezzo il fatto che ti insegnano a compilare i documenti”, “ci aiutano tanto”, “ti fanno fare le carte giuste”).

Figura 18 – Aspetti più apprezzati dagli utenti relativamente ai servizi ricevuti presso gli sportelli informativi per stranieri

(% sul totale degli intervistati che hanno utilizzato i servizi; N=98)



Fonte: indagine diretta, 2015

L'altro aspetto maggiormente apprezzato, indicato dal 23,5% degli utenti intervistati, riguarda la cortesia, la disponibilità e la capacità di ascolto del personale. Alcuni intervistati, per esempio, hanno indicato come siano stati serviti da "persone corrette", che "hanno pazienza", che "ti spiegano più volte se non capisci", persone "gentili e preparate" che "ti ascoltano". Anche il terzo aspetto positivo, indicato dal 13,3% degli utenti intervistati, riguarda il personale ed in particolare la preparazione dimostrata dagli operatori degli sportelli. Sono state ricondotte all'interno di questa

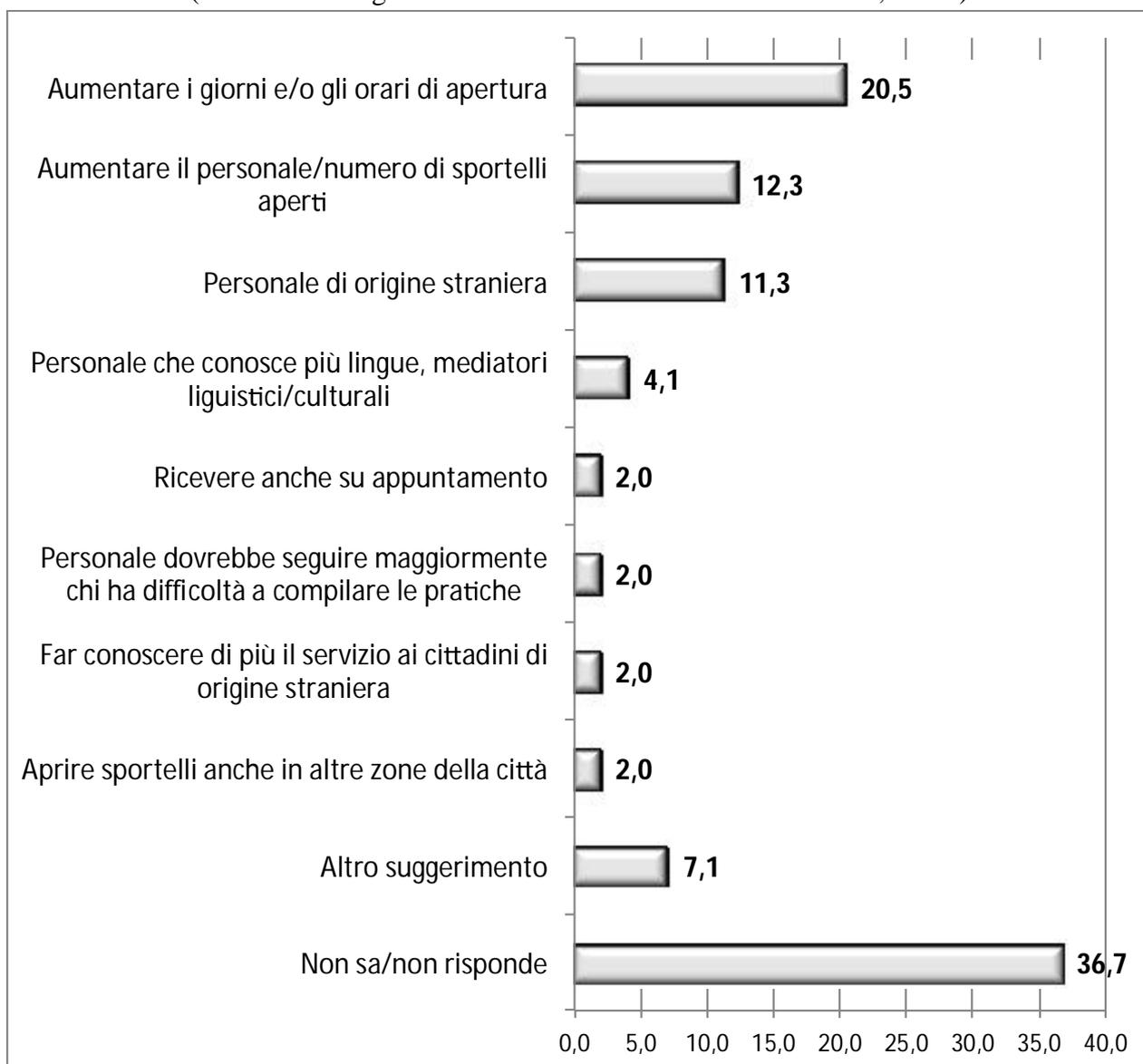
categoria risposte come “sono precisi e gentili”, “conoscono le leggi”, “sono bravi”, “fanno bene il loro lavoro” o “sono capaci di lavorare”.

Il 12,2% degli utenti intervistati ha invece apprezzato maggiormente il fatto che il servizio offerto dagli sportelli informativi per stranieri sia gratuito, mentre l’8,2% ha evidenziato come il personale abbia loro fornito le informazioni in modo particolarmente chiaro. Esempi di quest’ultima categoria di risposte sono riportati qui di seguito: “ti dicono bene cosa devi fare”, “danno tutte le informazioni e sono chiari”, “sanno dirti le cose”, “spiegano bene e correggono se sbagli moduli”, “si fanno capire bene”. In un caso, infine, è stato indicato come punto di forza il fatto che il personale conosce bene le lingue straniere (1,0%).

Nel complesso, dunque, le opinioni espresse dagli utenti degli sportelli informativi per stranieri risultano positive riguardo la loro utilità in sé, alla cortesia, alla disponibilità e alla professionalità del personale. Sono invece più critiche e indicatrici di insoddisfazione in relazione al dimensionamento degli sportelli in termini di numero di personale impiegato, orari e giorni di apertura. In questa direzione si collocano le risposte fornite dagli intervistati (sempre in forma libera) riguardo i suggerimenti su come potrebbero essere migliorati i servizi offerti dagli sportelli informativi per stranieri. Come mostra la Figura 19, il suggerimento fornito con maggior frequenza riguarda l’ampliamento dei giorni e degli orari di apertura degli sportelli informativi (20,5% delle risposte fornite dagli utenti intervistati). In particolare, molti intervistati hanno messo in evidenza come estendere l’apertura degli sportelli agli orari pomeridiani sarebbe per loro particolarmente utile.

Figura 19 – Suggerimenti degli utenti su come si potrebbero migliorare i servizi forniti dagli sportelli informativi per stranieri

(% sul totale degli intervistati che hanno utilizzato i servizi; N=98)



Fonte: indagine diretta, 2015

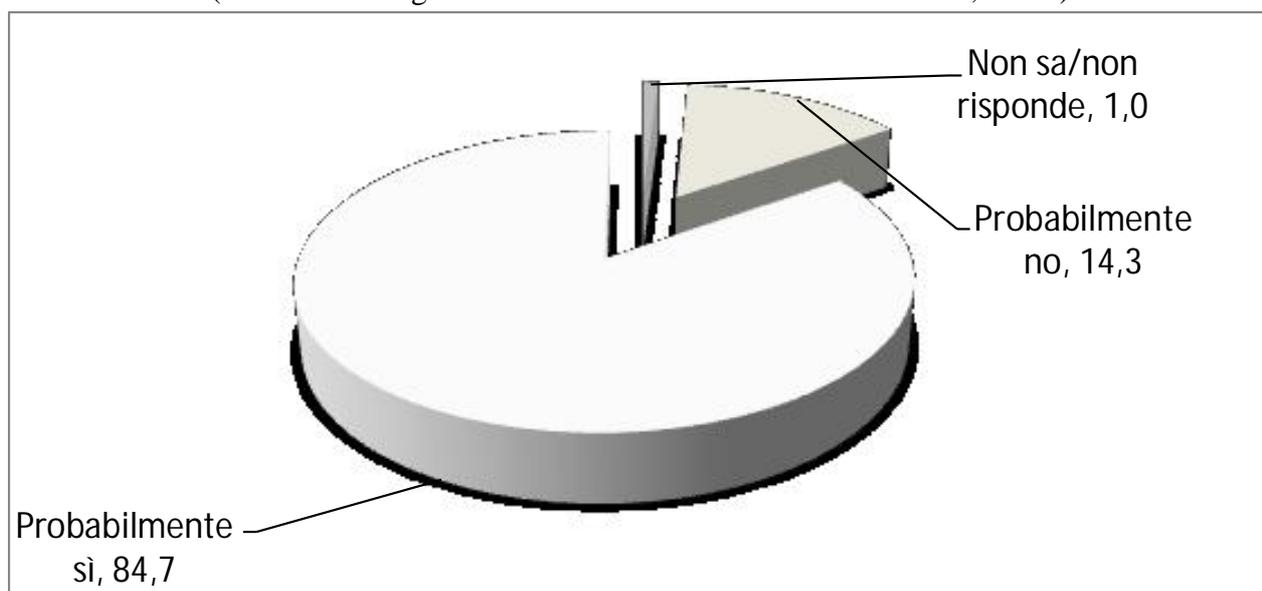
Il secondo suggerimento formulato con maggior frequenza riguarda l'aumento del personale impiegato negli sportelli informativi in modo da poter smaltire più velocemente le file e di ridurre i tempi di attesa degli utenti (12,3%). Un suggerimento formulato con minor frequenza, ma sempre legato al problema dei lunghi tempi di attesa, riguarda la possibilità di prevedere un servizio su appuntamento (2,0%). Per un numero non trascurabile di utenti, inoltre, gli sportelli informativi dovrebbero avvalersi della collaborazione di personale di origine straniera (11,3%), di operatori che conoscono più lingue straniere o di mediatori culturali/linguistici (4,1%). La maggior parte degli

utenti intervistati, tuttavia, non ritiene che la questione linguistica rappresenti un problema che impedisce la fruizione di questi servizi informativi. Come illustra la Figura 20, infatti, l'84,7% degli utenti intervistati ritiene che anche una persona che parla poco l'italiano avrebbe avuto la possibilità di ottenere le informazioni richieste presso lo sportello informativo.

Figura 20 – Valutazioni degli utenti intervistati sulla possibilità di ottenere le informazioni richieste da parte di una persona che parla poco l'italiano

(domanda posta: “Secondo lei, una persona che parla poco l'italiano avrebbe avuto la possibilità di ottenere queste informazioni?”)

(% sul totale degli intervistati che hanno utilizzato i servizi; N=98)



Fonte: indagine diretta, 2015

Tornando ai risultati illustrati nella Figura 19, altri suggerimenti, che presentano frequenze decisamente più limitate, riguardano aspetti organizzativi (qualcuno, per esempio, suggerisce di incrementare le iniziative di comunicazione per far conoscere ad un pubblico più ampio i servizi degli sportelli, altri chiedono di aprire sportelli anche in altri quartieri della città) o legati al personale (per qualcuno, per esempio, gli operatori dovrebbero dedicare più tempo agli utenti).

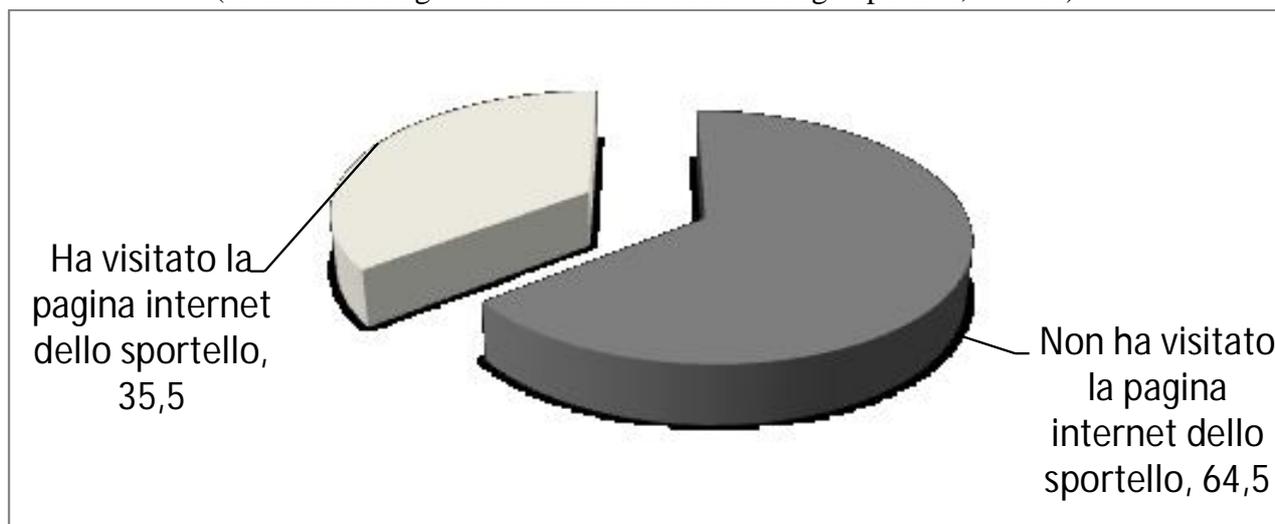
Su un totale di 66 casi in cui gli intervistati sono stati reclutati all'uscita di uno sportello informativo per stranieri, sono stati rilevati sette casi (pari al 10,6% del totale) in cui gli intervistati si sono recati in uno sportello informativo di una città diversa da quella in cui abitano. In cinque di questi sette casi, gli utenti intervistati abitano in piccoli Comuni che non prevedono questo servizio: gli intervistati si sono dunque rivolti allo sportello informativo attivo nel Comune più vicino a quello in cui abitano. Nei restanti due casi, gli intervistati abitano in un Comune di medie dimensioni dotato di questi servizi informativi. In questi due casi gli utenti si sono rivolti allo sportello informativo del vicino capoluogo di Provincia in quanto sono stati indirizzati da

conoscenti o parenti che, essendo rimasti soddisfatti delle prestazioni ottenute nello sportello informativo del capoluogo, ne hanno consigliato l'impiego.

È stato inoltre chiesto agli intervistati che erano già a conoscenza dell'esistenza di questi servizi, se avessero visitato la pagina Internet dello sportello informativo per stranieri del loro Comune. Come mostra la Figura 21, solo il 35,5% degli intervistati ha visitato la pagina web, mentre il 64,5% non l'ha mai visitata. Questo dato rimane sostanzialmente invariato anche limitando l'analisi agli utenti effettivi di questo servizio: ben il 64,3% degli utenti intervistati ha fruito di questo servizio ma non ne ha mai visitato la pagina web. Anche questo risultato conferma come la comunicazione relativa ai servizi informativi per stranieri in Emilia-Romagna non avvenga tanto sui mezzi di comunicazione di massa o sugli strumenti di comunicazione a disposizione degli enti locali, quanto piuttosto tramite il passaparola che circola all'interno delle comunità di stranieri presenti sul territorio.

Figura 21 – Ha visitato la pagina web dello sportello informativo per stranieri del suo Comune?

(% sul totale degli intervistati a conoscenza degli sportelli; N=107)



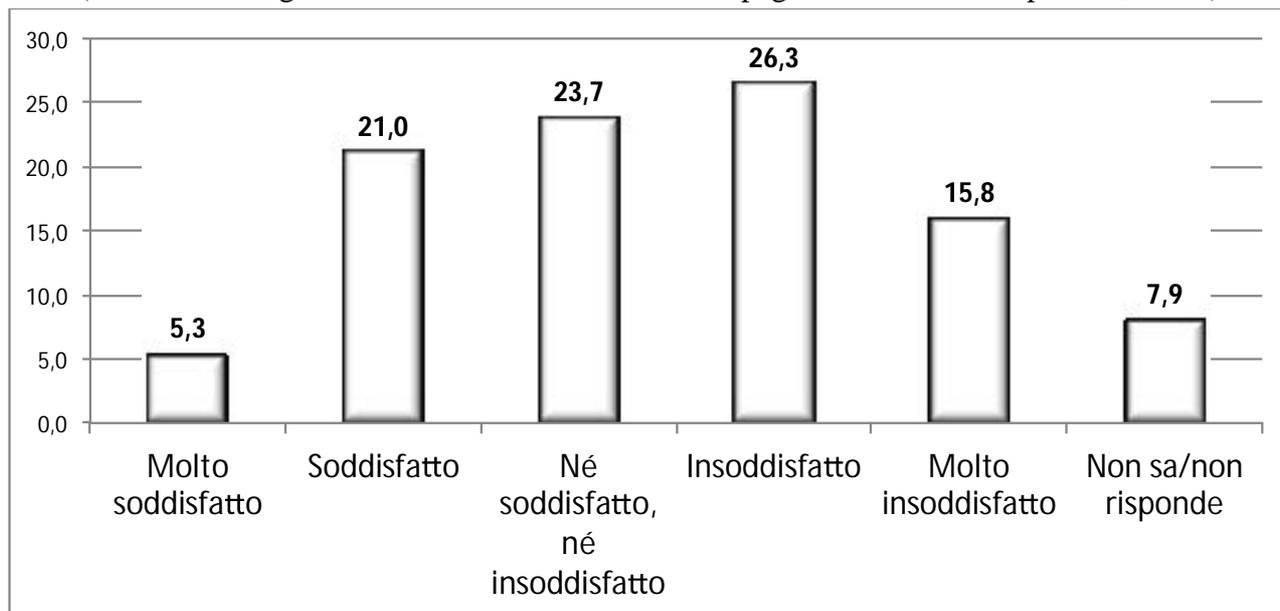
Fonte: indagine diretta, 2015

Come mostra la Figura 22, il livello di soddisfazione nei confronti della quantità di informazioni sugli sportelli disponibili sul web appare – ma va tenuto conto della scarsa numerosità degli intervistati che hanno dichiarato di aver visitato il sito Internet – piuttosto basso. Solo il 26,3% degli intervistati si dichiara soddisfatto o molto soddisfatto, mentre il 42,1% si dichiara insoddisfatto o molto insoddisfatto. I restanti intervistati si dichiarano né soddisfatti, né insoddisfatti (23,7%) o non esprimono una valutazione (7,9%). A questo proposito, durante la fase esplorativa della presente ricerca è emerso che diversi siti – o, meglio, le pagine web dei siti dei Comuni che sono dedicate a

pubblicizzare i servizi degli sportelli informativi per stranieri – presentano uno scarso numero di informazioni sugli sportelli informativi. In alcuni casi, in particolar modo nel caso delle pagine web dei Comuni di minori dimensioni, su Internet sono presenti solamente informazioni relative all’indirizzo, all’indirizzo di posta elettronica e ai giorni/orari di apertura degli sportelli.

Figura 22 – Livello di soddisfazione nei confronti della quantità di informazioni sui servizi offerti dagli sportelli informativi per stranieri presente sul sito Internet

(% sul totale degli intervistati che hanno visitato la pagina Internet dello sportelli; N=38)



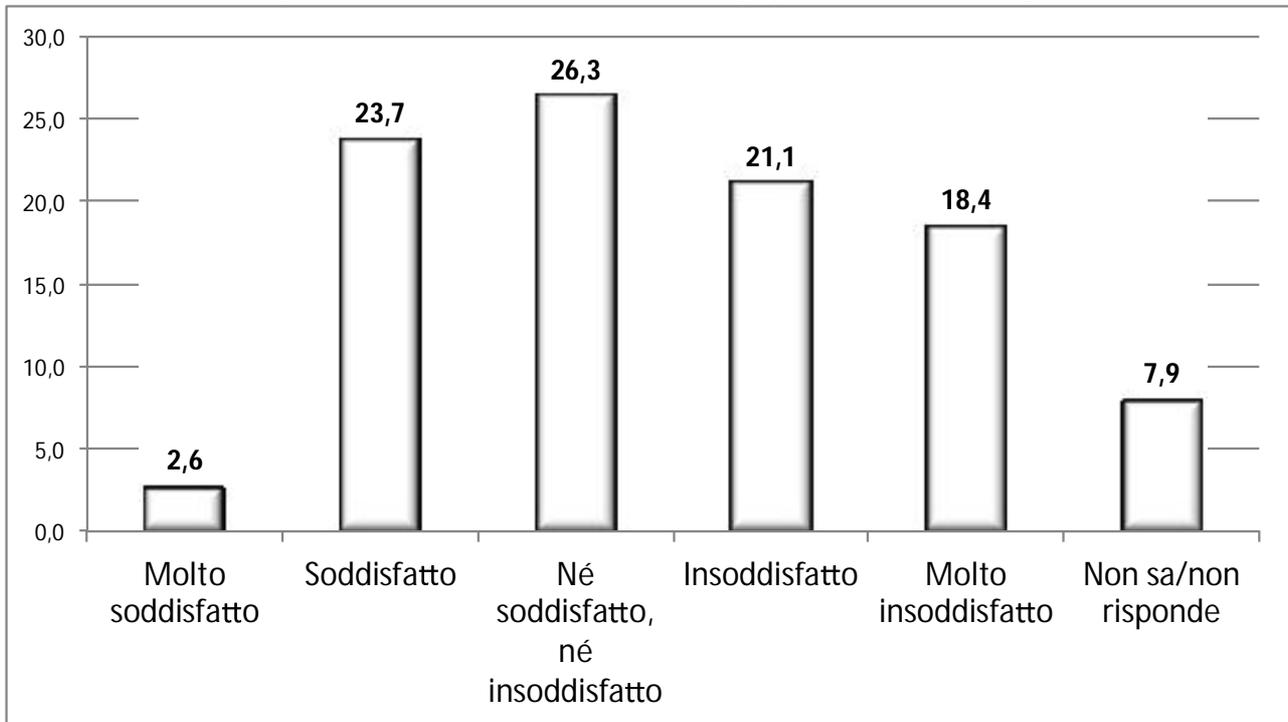
Fonte: indagine diretta, 2015

Come mostra la Figura 23, analoghe valutazioni sono state espresse relativamente al livello di soddisfazione nei confronti della chiarezza con cui sono fornite le informazioni presenti sulle pagine web. Solo il 26,3% degli intervistati si dichiara soddisfatto o molto soddisfatto, mentre il 39,5% di dichiara insoddisfatto o molto insoddisfatto. Pur considerando che il numero di valutazioni sulle pagine Internet è molto limitato, appare evidente come il livello di soddisfazione nei confronti della qualità dei servizi offerti dagli sportelli sia decisamente superiore rispetto al livello di soddisfazione relativo a come questi servizi sono comunicati in Internet da parte dei Comuni (cfr. Figure 13-16 con Figure 22 e 23).

Anche durante la fase esplorativa della ricerca sono emerse delle criticità relative alla gestione della comunicazione degli sportelli per stranieri nei siti web dei Comuni. Come ha tenuto a sottolineare un soggetto intervistato, spesso le amministrazioni locali tendono ad adattarsi lentamente ai cambiamenti imposti dalle tecnologie della comunicazione: i portali istituzionali presentano spesso strutture “pachidermiche” e labirintiche dove anche chi ha le capacità e gli strumenti fatica a

muoversi. Questo renderebbe ancora più difficile l'orientamento in caso di soggetti con difficoltà linguistiche e poca familiarità con i nuovi media.

Figura 23 – Livello di soddisfazione nei confronti della chiarezza con cui, sulla pagina web, sono fornite le informazioni sui servizi offerti dagli sportelli informativi per stranieri
(% sul totale degli intervistati che hanno visitato la pagina Internet dello sportelli; N=38)



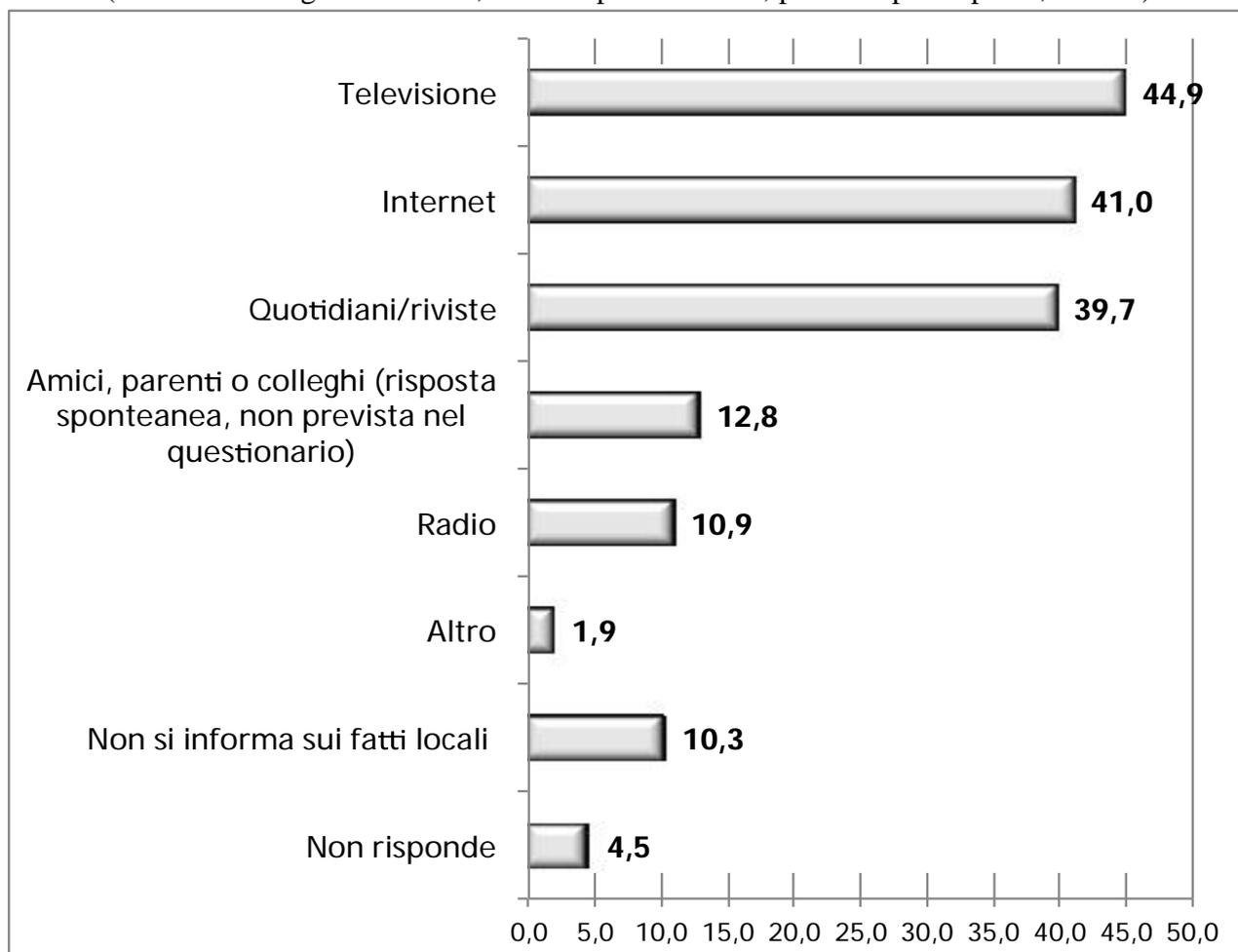
Fonte: indagine diretta, 2015

2.3 Mezzi di comunicazione usati per informarsi e suggerimenti sulla comunicazione degli sportelli informativi

Prima di concentrarsi sulle opinioni espresse e sui suggerimenti forniti dagli intervistati circa le modalità per migliorare la comunicazione dei servizi offerti dagli sportelli informativi, è stata posta una serie di domande per capire quali sono i mezzi di comunicazione utilizzati più frequentemente per informarsi sui fatti locali, cioè sui fatti che riguardano il territorio in cui vivono (il loro Comune, l'Emilia-Romagna). Ciascun intervistato poteva indicare fino a due diversi medium. Come mostra la Figura 24, una maggioranza qualificata degli intervistati utilizza più frequentemente i media tradizionali: innanzitutto la televisione (indicata come prima o seconda scelta dal 44,9% degli intervistati, che seguono in particolare i telegiornali locali e l'edizione regionale del TG della RAI,) e/o i quotidiani (39,7%) e/o la radio (10,9%).

Figura 24 – Mezzi di comunicazione utilizzati più frequentemente per informarsi sui fatti locali

(% sul totale degli intervistati, totale superiore a 100, possibili più risposte; N=156)



Fonte: indagine diretta, 2015

Comunque molto significativa è la quota di intervistati (il 41,0% lo ha indicato come prima o seconda scelta) che tende a privilegiare Internet come mezzo per informarsi sui fatti locali: innanzitutto tramite le notizie postate sui social network da parenti, amici e conoscenti, ma anche tramite i siti dei quotidiani online o presso il sito web del Comune. Il 12,8% degli intervistati ha invece risposto di non utilizzare alcun mezzo di comunicazione di massa, ma di informarsi sui fatti locali tramite amici, parenti o colleghi. Il 10,3% ha infine indicato di non informarsi sui fatti locali, mentre il 4,5% non ha risposto alla domanda.

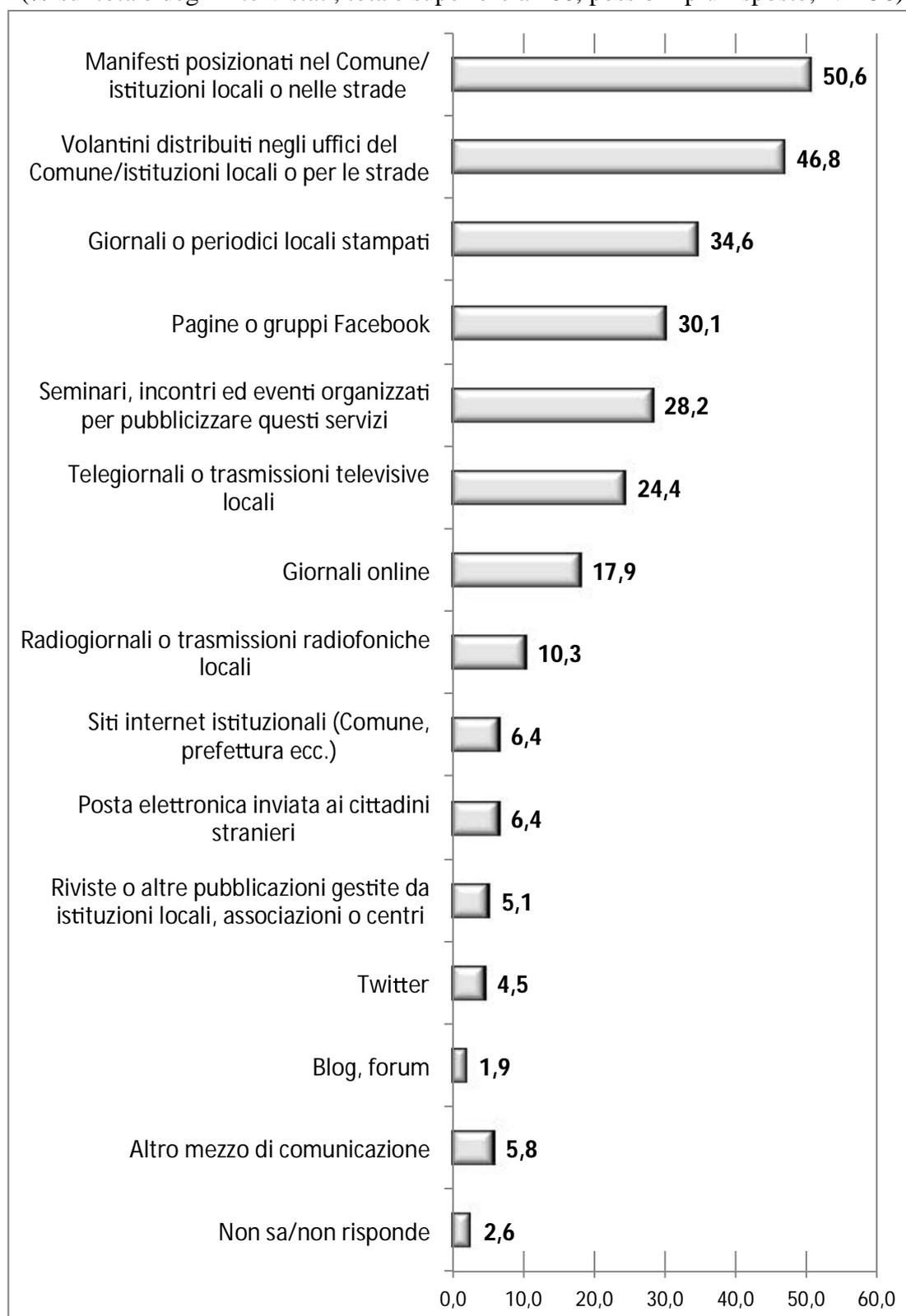
Nel complesso, colpisce il ruolo di Internet nell'informazione sui fatti locali. Limitando l'analisi alle prime scelte degli utenti, indicative del mezzo di comunicazione impiegato con maggior frequenza per informarsi sui fatti locali, Internet ottiene addirittura più citazioni rispetto agli altri mezzi, televisione compresa. Il 26,9% ha infatti indicato Internet come prima scelta, mentre la televisione ha ottenuto il 25,0 delle citazioni e i quotidiani e le riviste il 21,2%. Considerando che la maggior parte delle persone che hanno indicato Internet hanno dichiarato di informarsi principalmente tramite le notizie postate da conoscenti, amici e parenti sui social network, appare ancora una volta confermato il ruolo degli scambi informativi interpersonali e del passaparola che circola nelle reti sociali all'interno delle quali sono inserite le persone immigrate.

Agli intervistati di origine straniera sono stati successivamente richiesti dei suggerimenti su come, a loro avviso, migliorare la comunicazione riguardante la presenza sul territorio e i servizi degli sportelli informativi per stranieri e, più in generale, riguardante gli altri sportelli informativi dei Comuni, cioè quei servizi che sono finalizzati a rilasciare informazioni a tutta la cittadinanza, come per esempio l'URP, l'Ufficio Relazioni con il Pubblico.

In primo luogo, è stato chiesto agli intervistati quale mezzo di comunicazione potrebbe essere più efficace per far conoscere i servizi degli sportelli informativi. I rispondenti avevano a disposizione fino ad un massimo di tre opzioni da indicare. Come mostra la Figura 25, i mezzi di comunicazione indicati con maggior frequenza sono di tipo tradizionale: i manifesti e i volantini. I manifesti sono stati indicati da oltre la metà degli intervistati (50,6%), meglio se posizionati nelle strade delle città o dei paesi in cui vivono ma anche all'interno degli uffici dei Comuni, delle questure e delle altre istituzioni locali alle quali si rivolgono le persone di origine straniera. I volantini sono considerati tra i mezzi di comunicazione più efficaci dal 46,8% degli intervistati, da diffondere soprattutto nelle strade delle città e dei paesi e solo in minima parte all'interno degli uffici e degli sportelli dei Comuni e delle altre istituzioni locali.

Figura 25 – Mezzi di comunicazione considerati maggiormente efficaci per comunicare i servizi degli sportelli informativi

(% sul totale degli intervistati, totale superiore a 100, possibili più risposte; N=156)



Fonte: indagine diretta, 2015

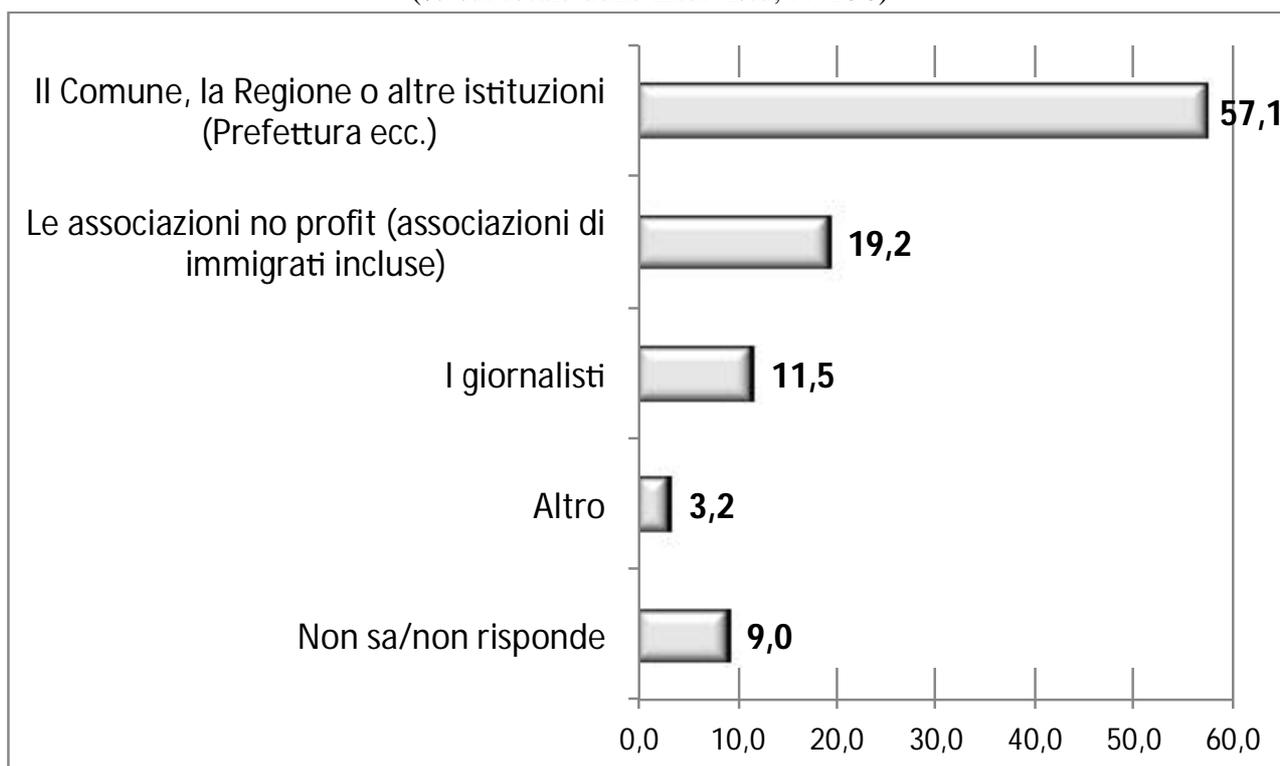
Una quota significativa di intervistati ha indicato anche i giornali ed i periodici locali distribuiti in formato cartaceo (34,6%) e le pagine o i gruppi Facebook (30,1%), considerati anch'essi mezzi efficaci per comunicare l'esistenza ed i servizi degli sportelli informativi (vd. Fig. 25).

Minore enfasi è stata invece attribuita al mezzo televisivo: i telegiornali e le trasmissioni televisive locali sono state indicate da una quota più ridotta di intervistati (24,4%), inferiore rispetto ad altri strumenti normalmente giudicati "poco accattivanti", come per esempio l'organizzazione di seminari, incontri ed altri tipi di eventi per pubblicizzare questi servizi (28,2%). Percentuali inferiori sono state ottenute dagli altri mezzi di comunicazione: i giornali online (17,9%), i radiogiornali o le trasmissioni radiofoniche locali (10,3%), i siti Internet istituzionali (6,4%), la posta elettronica inviata direttamente ai cittadini per informarli sui servizi degli sportelli (6,4%), le riviste o gli altri tipi di pubblicazioni gestite da istituzioni ed altri soggetti per informare periodicamente sulle proprie attività (5,1%), Twitter (4,5%) e i blog o i forum (1,9%). Anche limitando l'analisi alle prime scelte effettuate dagli intervistati, i risultati non subiscono variazioni significative.

Agli intervistati è stato successivamente richiesto di indicare chi sono, a loro avviso, gli attori che potrebbero comunicare con maggiore efficacia l'esistenza e i servizi offerti dagli sportelli informativi. Come mostra la Figura 26, la maggioranza degli intervistati (57,1%) ritiene che questi servizi debbano essere comunicati dai Comuni, dalla Regione o da altre istituzioni radicate nel territorio. Una quota minoritaria, ma non trascurabile, dei rispondenti (19,2%) ritiene che questi servizi possano essere comunicati con più efficacia da associazioni no profit, per esempio dalle tante associazioni di cittadini di origine straniera presenti in Emilia-Romagna. Un numero piuttosto ridotto di intervistati, l'11,5%, ritiene invece maggiormente efficace l'informazione giornalistica locale.

Figura 26 – Attori considerati maggiormente efficaci per comunicare i servizi degli sportelli informativi

(% sul totale delle interviste; N=156)



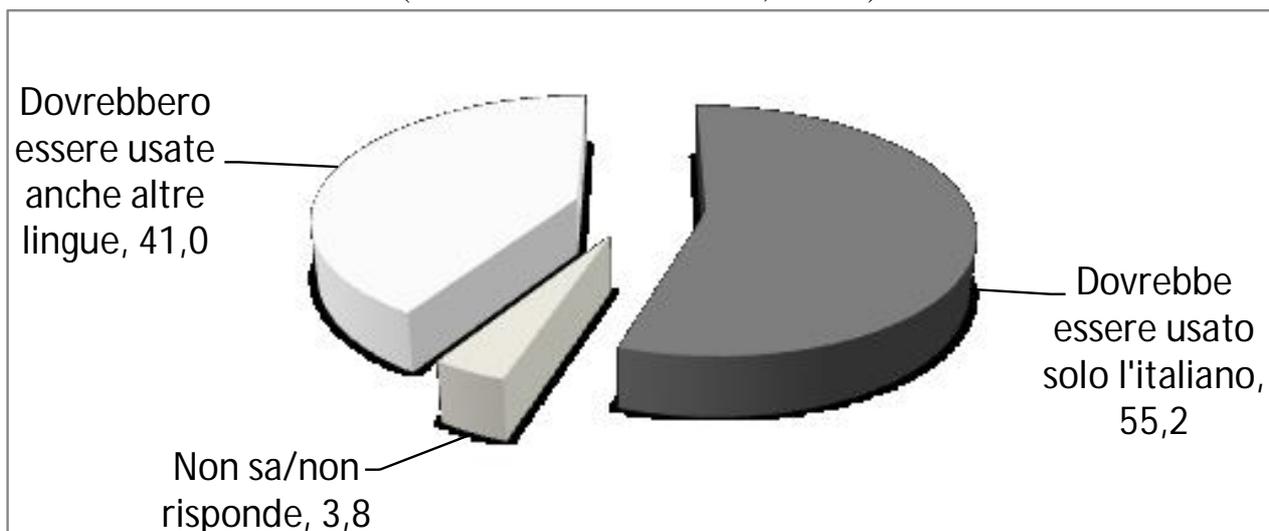
Fonte: indagine diretta, 2015

Come mostra la Figura 27, il 55,2% degli intervistati ritiene che la comunicazione sui servizi informativi per stranieri debba essere effettuata solo in italiano, mentre il 41,0% ritiene che dovrebbe essere effettuata anche in altre lingue. Le lingue indicate più frequentemente sono l'inglese (il 48,4% di tutti coloro che ritengono utile comunicare i servizi degli sportelli informativi per stranieri anche in altre lingue) e il francese (18,2%), seguite da altre lingue come il moldavo (6,3%), lo spagnolo (4,7%), il cinese (4,7%), l'arabo (4,7%), l'albanese (3,1%) ed altre lingue che hanno ottenuto percentuali molto basse. La maggior propensione a comunicare i servizi per stranieri solo in italiano è in linea con quanto illustrato in precedenza, con il fatto, cioè, che la maggior parte degli utenti intervistati non ritiene che la questione linguistica rappresenti un problema tale da impedire la fruizione di questi servizi informativi (vd. Figura 20).

Figura 27 – Valutazioni degli intervistati sull'opportunità di comunicare i servizi degli sportelli informativi per stranieri anche in lingue diverse dall'italiano

(domanda posta: “Secondo lei, la comunicazione relativa agli sportelli informativi per stranieri e ai servizi da loro offerti dovrebbe essere effettuata anche in lingue diverse dell'italiano?”)

(% sul totale delle interviste; N=156)



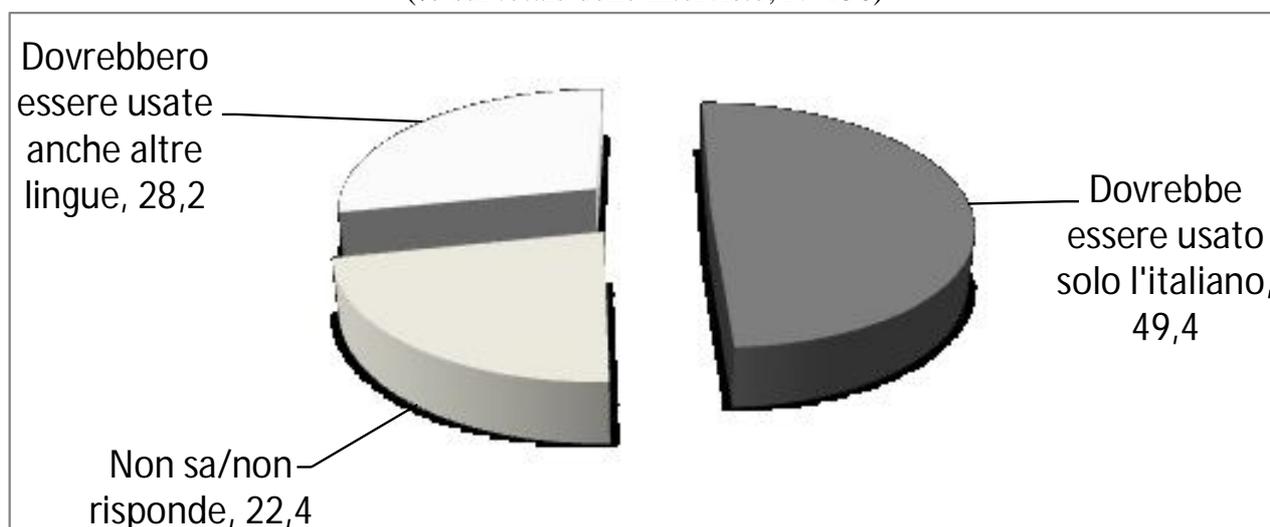
Fonte: indagine diretta, 2015

Tali risultati si confermano anche per quanto riguarda la comunicazione sugli altri sportelli informativi dei comuni (vd. Fig. 28). Si rileva in proposito una più elevata quota di rispondenti che non esprime o non sa esprimere una valutazione, ma prevalgono in ogni caso coloro che ritengono che debba essere usato solo l'italiano (49,4%) rispetto a quanti ritengono necessari o preferibile l'uso di altre lingue (28,2%).

Figura 28 – Valutazioni degli intervistati sull'opportunità di comunicare in lingue diverse dall'italiano anche la comunicazione sugli altri sportelli informativi dei comuni

(domanda posta: “Pensa che dovrebbe essere effettuata in lingue diverse dall'italiano anche la comunicazione sugli altri sportelli informativi del Comune, come per esempio la comunicazione sui servizi URP?”)

(% sul totale delle interviste; N=156)



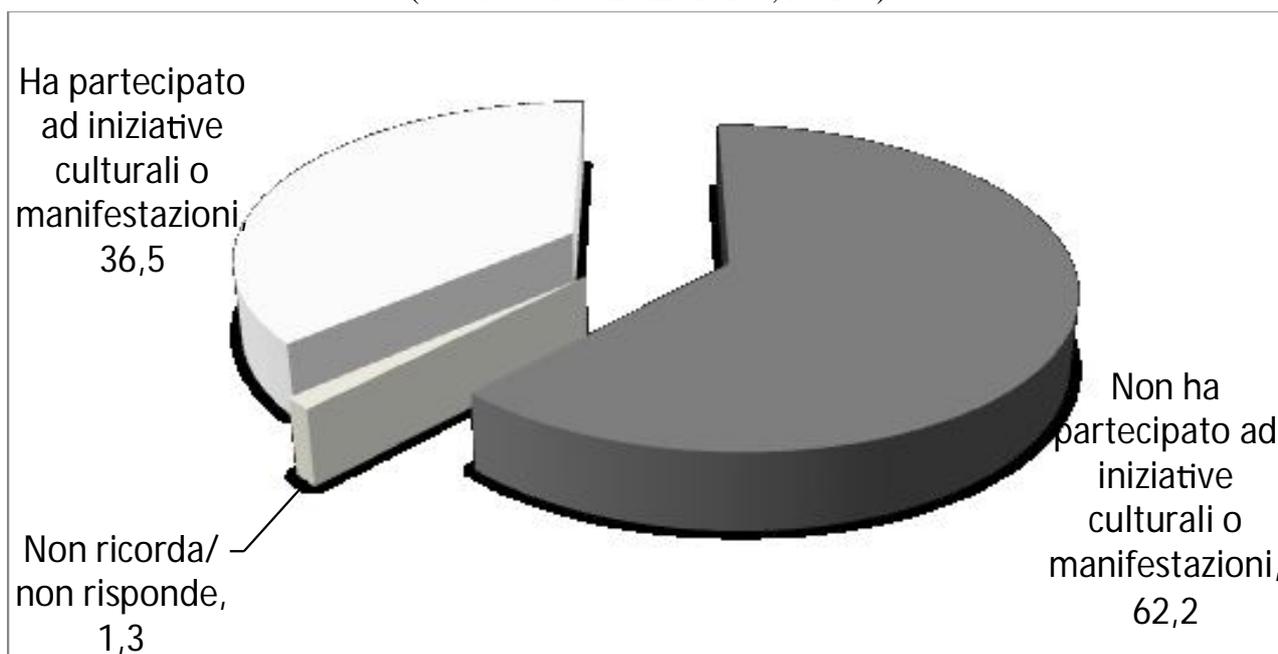
Fonte: indagine diretta, 2015

2.4 Partecipazione, comunicazione interculturale e comunicazione istituzionale

Una specifica sezione del questionario è stata dedicata alla partecipazione, alla comunicazione interculturale e alla comunicazione istituzionale in Emilia-Romagna. Al fine di rilevare la propensione a partecipare ad iniziative ed eventi organizzati nel territorio, è stato chiesto agli intervistati se, nell'ultimo anno, abbiano avuto occasione di partecipare ad iniziative culturali o ad altre manifestazioni organizzate nella loro città. Come mostra la Figura 29, il 36,5% degli intervistati ha dichiarato di aver partecipato ad un evento di questo tipo, mentre la maggioranza dei rispondenti (il 62,2%) non ha partecipato ad alcuna iniziativa culturale o manifestazione organizzata nella sua città o nel suo paese di residenza.

Figura 29 – Partecipazione ad iniziative culturali o a manifestazioni nel corso dell'ultimo anno
(domanda posta: "Nell'ultimo hanno, ha mai partecipato ad iniziative culturali o a manifestazioni nella sua città?")

(% sul totale delle interviste; N=156)

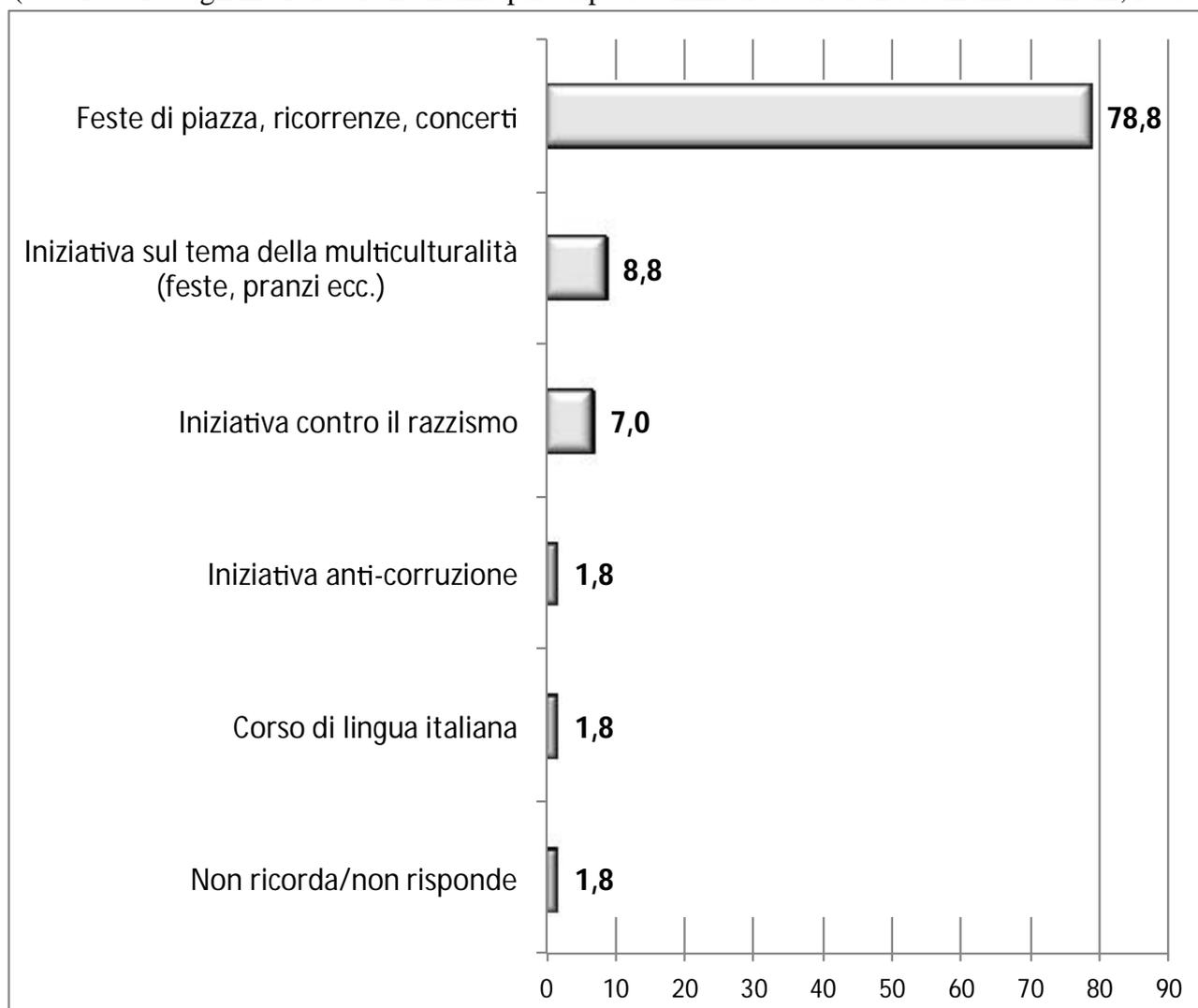


Fonte: indagine diretta, 2015

Alcune domande del questionario erano tese a raccogliere informazioni sui temi e sugli attori che hanno organizzato iniziative culturali. Il numero di opinioni e valutazioni raccolte non è particolarmente significativo, giacché raccoglie gli intervistati che hanno partecipato a tali iniziative. Pur con le cautele del caso, si evidenziano alcuni dati di un qualche significato.

Come mostra la Figura 30, gran parte di coloro che hanno dichiarato di aver preso parte ad iniziative culturali o a manifestazioni di altro tipo ha partecipato a feste di piazza, ricorrenze o concerti (78,8%). Si tratta di eventi di vario genere, non associati alla multiculturalità o a temi legati all'immigrazione, come per esempio le feste di paese, le feste di capodanno che solitamente si tengono nelle piazze delle principali città dell'Emilia-Romagna, le feste o manifestazioni di partito, i concerti musicali o le feste di carnevale.

Figura 30 – Tipo di iniziative culturali o manifestazioni a cui hanno partecipato gli intervistati
(% sul totale degli intervistati che hanno partecipato a iniziative culturali e/o manifestazioni; N=57)



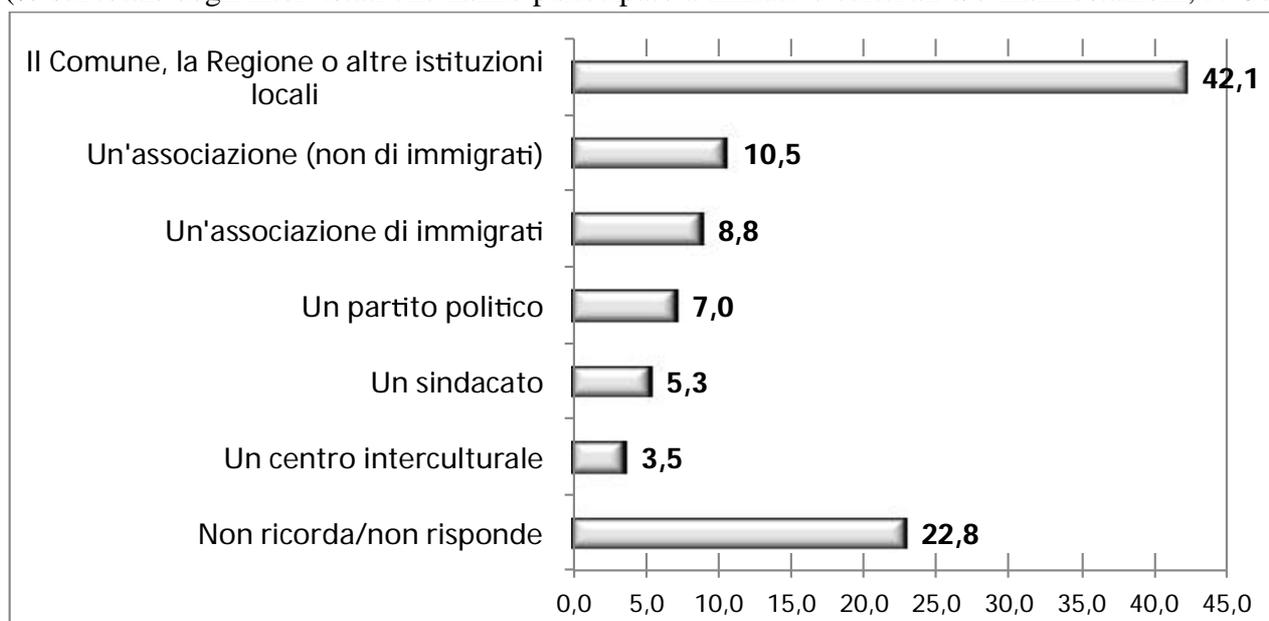
Fonte: indagine diretta, 2015

Solo un esiguo numero di intervistati ha indicato di aver partecipato ad eventi incentrati su temi legati all'immigrazione (vd. Figura 30): l'8,8% ha indicato di aver partecipato ad iniziative sul tema della multiculturalità, come per esempio feste o pranzi etnici finalizzati a far conoscere le tipicità di alcune culture straniere presenti sul territorio, mentre il 7,0% ha partecipato a manifestazioni ed altri tipi di iniziative contro il razzismo. Il numero di intervistati che ha partecipato ad iniziative legate alla multiculturalità o all'immigrazione sembrerebbe dunque essere piuttosto scarso: 9 intervistati (5 che hanno preso parte ad iniziative sul tema della multiculturalità e 4 che hanno preso parte ad iniziative contro il razzismo) su un totale di 156, pari al 5,8% del campione⁹. Un numero molto ridotto di rispondenti ha infine dichiarato di aver partecipato ad iniziative anti-corrruzione (1,8%) o a corsi di lingua italiana (1,8%) (vd. Figura 30).

Il tipo di attori che hanno organizzato queste iniziative culturali o manifestazioni riflette in gran parte la natura degli eventi indicati dagli intervistati. Sono infatti il Comune, la Regione o le altre istituzioni locali ad essere indicati come gli organizzatori del 42,1% delle iniziative (vd. Figura 31). Altri attori indicati come organizzatori sono le associazioni non legate ai temi della multiculturalità e dell'immigrazione (10,5%), le associazioni di cittadini originari di altri paesi (8,8%), i partiti politici (7,0%), i sindacati (5,3%) e solo in pochissimi casi i centri interculturali presenti nelle principali città dell'Emilia-Romagna (3,5%).

Figura 31 – Attori che hanno organizzato le iniziative culturali o le manifestazioni a cui hanno partecipato gli intervistati

(% sul totale degli intervistati che hanno partecipato a iniziative culturali e/o manifestazioni; N=57)



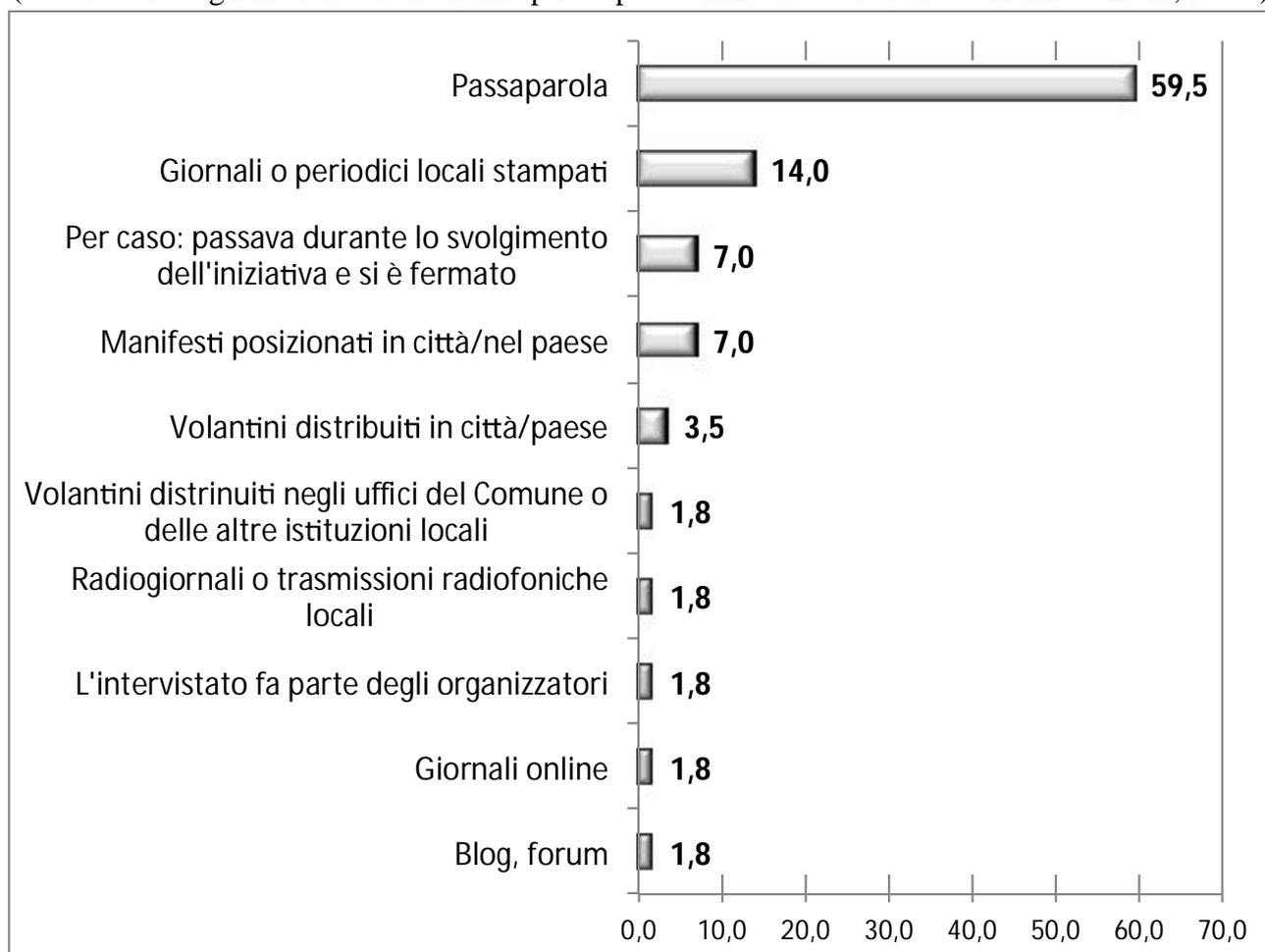
Fonte: indagine diretta, 2015

⁹ Alcune parti del questionario, i cui risultati sono analizzati successivamente, sono state finalizzate a indagare in modo specifico la partecipazione e l'esposizione ad iniziative di comunicazione interculturale.

Agli intervistati è stato inoltre richiesto di indicare come sono venuti a conoscenza delle iniziative culturali o delle manifestazioni alle quali hanno partecipato. Come mostra la Figura 32, anche in questo caso è confermata la centralità del passaparola come canale di comunicazione tramite il quale le persone di origine straniera intervistate raccolgono informazioni sui servizi e sugli eventi presenti sul territorio. Il 59,5% degli intervistati è infatti venuto a conoscenza di queste iniziative culturali o manifestazioni tramite il passaparola. Sia i mezzi di comunicazione di massa (i giornali e i periodici stampati) sia le forme tradizionali di pubblicizzazione delle attività locali (i manifesti e i volantini distribuiti nelle città o nei paesi) sono indicati da numero ridotto di intervistati. In qualche caso i partecipanti hanno poi saputo della manifestazione/iniziativa culturale solo per caso: passando durante lo svolgimento dell'evento e fermandosi per parteciparvi.

Figura 32 – Canali informativi tramite i quali gli intervistati sono venuti a conoscenza dell'iniziativa culturale o della manifestazione

(% sul totale degli intervistati che hanno partecipato a iniziative culturali e/o manifestazioni; N=57)

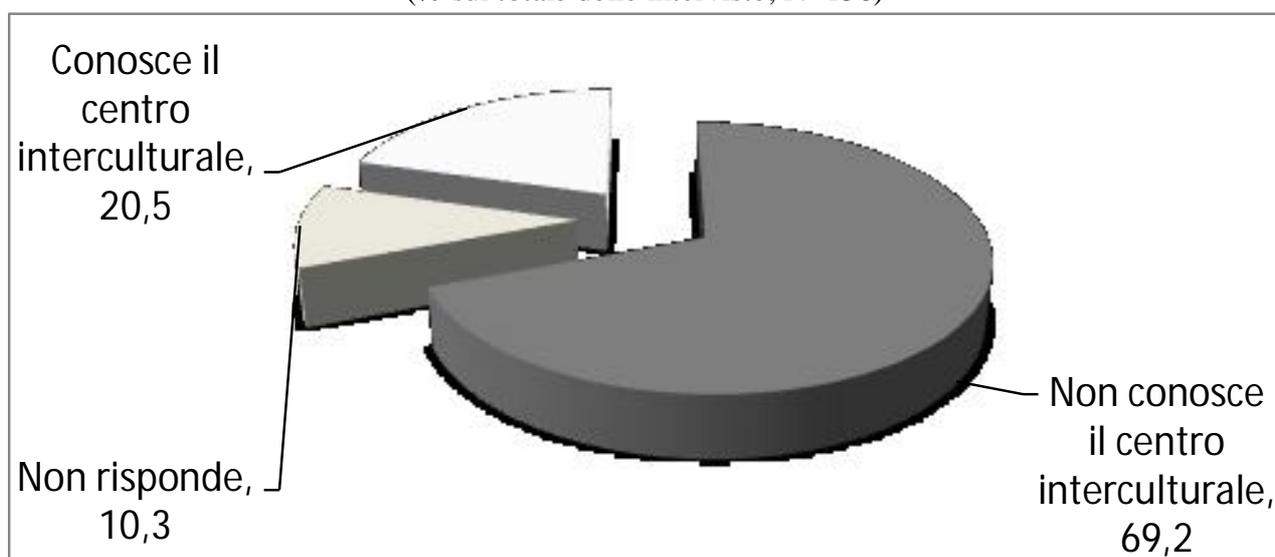


Fonte: indagine diretta, 2015

Nello specifico ambito di indagine sulla partecipazione ad iniziative legate alla multiculturalità, i risultati delle interviste effettuate evidenziano un livello di conoscenza dei centri culturali complessivamente apprezzabile, ma non particolarmente elevato. Come mostra la Figura 33, solo il 20,5% degli intervistati era a conoscenza del fatto che c'è un centro interculturale nella sua città, mentre il 69,2% non ne era a conoscenza.

Figura 33 – Livello di conoscenza dei centri interculturali presenti nelle città dove si sono svolte le interviste

(% sul totale delle interviste; N=156)

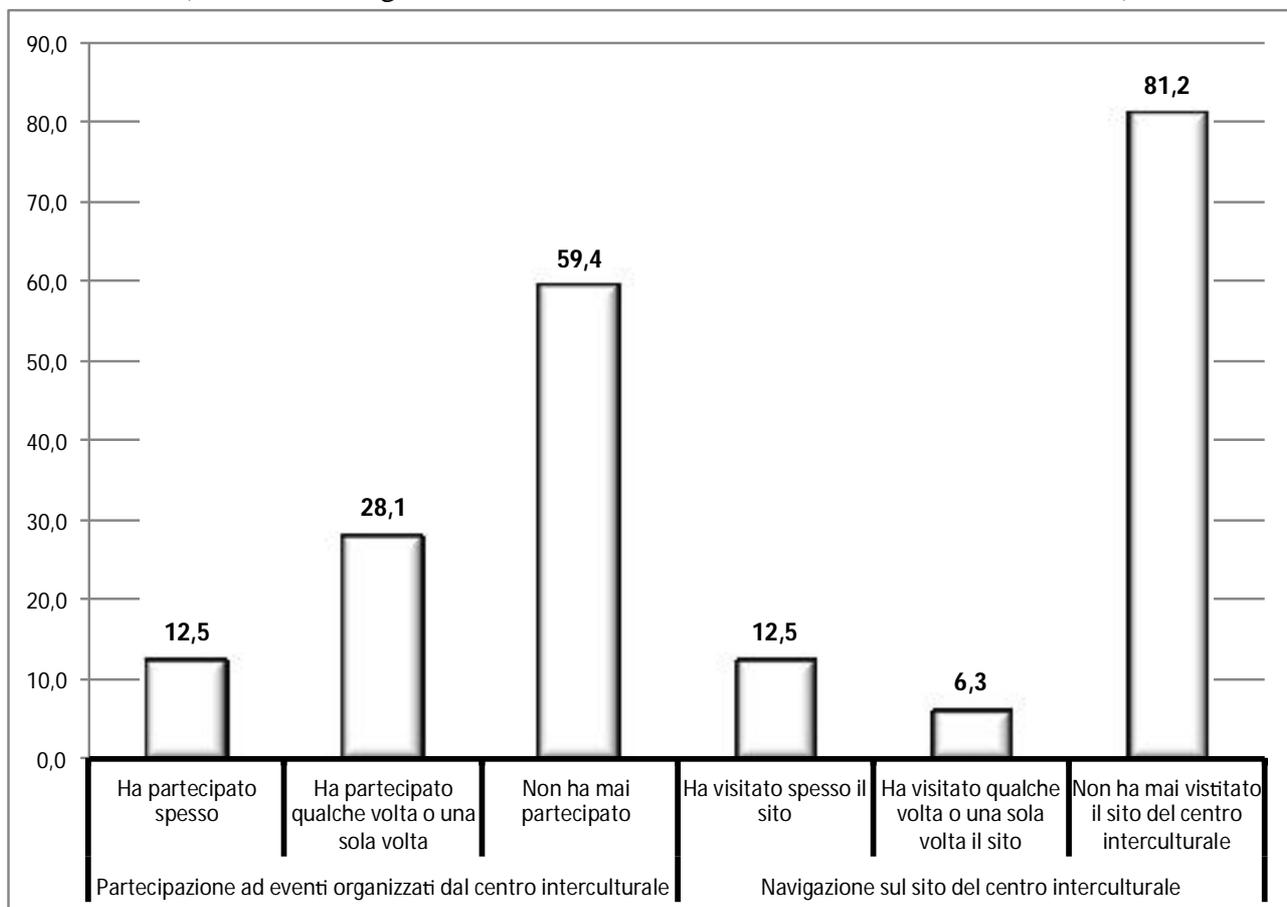


Fonte: indagine diretta, 2015

Anche tra coloro che conoscono o hanno dichiarato di conoscere il centro culturale, la maggioranza non ha partecipato alle iniziative e agli eventi promossi da tali centri, viceversa solo un piccolo numero di intervistati partecipa con una certa regolarità. Così come è estremamente esiguo il numero di intervistati che ha visitato con una certa frequenza il sito del centro culturale (Vd. Fig. 34).

Figura 34 – Partecipazione ad eventi e navigazione sul sito Internet del centro interculturale presente nella città in cui sono state realizzate le interviste

(% sul totale degli intervistati che conoscono i centri interculturali; N=32)



Fonte: indagine diretta, 2015

Ulteriori domande rivolte agli intervistati che hanno partecipato agli eventi del centro o ne hanno visitato la pagina web rivelano come le attività del centro siano ritenute perlopiù utili da parte di chi è entrato in contatto con queste realtà. Gli aspetti positivi messi in evidenza dai partecipanti riguardano principalmente il fatto che il centro favorisce l'aggregazione tra le persone. Come hanno indicato alcuni intervistati, il centro interculturale della loro città "è un luogo per stare assieme", dove "si fa amicizia". Altri ne hanno sottolineato gli aspetti educativi e ludici ("si impara qualcosa", "si organizzano feste a tema").

Tra gli aspetti negativi, o che, per lo meno, possono essere migliorati nelle attività dei centri interculturali, si segnalano la ridotta partecipazione di cittadini di origine italiana, il limitato numero di eventi organizzati, difficoltà nel trovare location adeguate per l'organizzazione di eventi e lo scarso numero di volontari. Altri intervistati hanno suggerito che, a loro avviso, i centri interculturali dovrebbero organizzare più corsi, anche finalizzati ad aiutare nella ricerca del lavoro.

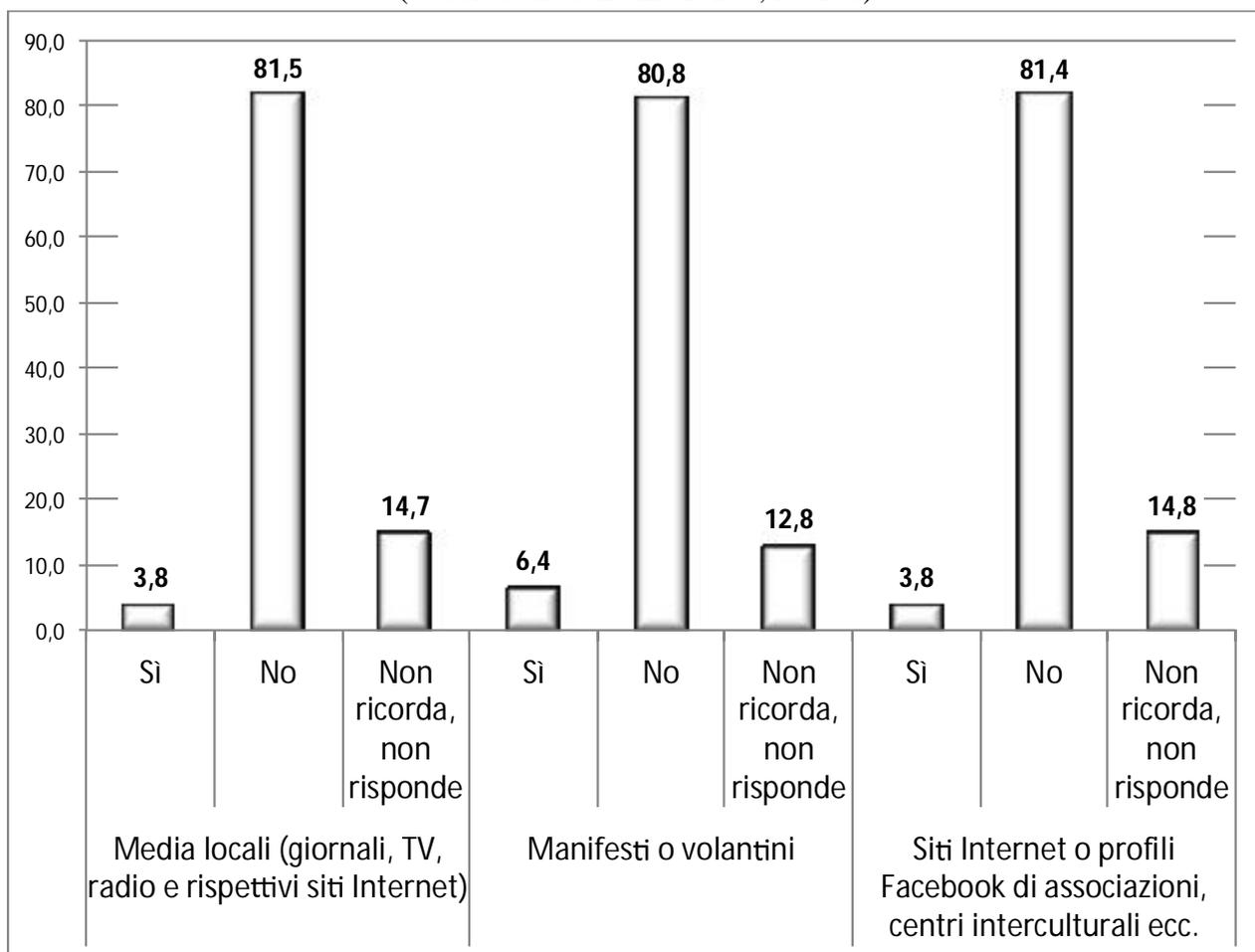
L'efficacia della comunicazione interculturale è stata indagata anche attraverso altre domande specifiche. Agli intervistati è stato richiesto se fosse mai capitato loro di vedere delle iniziative di comunicazione (come per esempio delle pubblicità o degli eventi) finalizzate a promuovere temi legati alla multiculturalità, come per esempio la lotta contro la discriminazione ed il rapporto tra culture diverse o finalizzate ad approfondire le culture d'origine o la situazione in cui si trovano le persone immigrate. Questo aspetto è stato indagato tramite tre distinte domande, volte a rilevare se gli intervistati avessero visto questo tipo di campagne di comunicazione sui media locali (giornali, televisioni, radio locali ed i rispettivi siti Internet), su manifesti o volantini distribuiti nelle loro città /paesi o, infine, nei siti Internet o sui profili Facebook di associazioni, centri interculturali e altri attori no profit che agiscono a livello locale.

Come illustrato nelle Figura 35, solo un numero estremamente ridotto di intervistati è entrato in contatto con iniziative di comunicazione interculturale: il 3,8% ha dichiarato di aver visto campagne di questo tipo sui media locali e ha indicato genericamente campagne contro il razzismo, contro la violenza sulle donne e sull'accoglienza dei migranti; il 6,4% ha ricordato di aver visto iniziative di comunicazione veicolate tramite manifesti o volantini, ed ha indicato campagne contro il razzismo, sull'accoglienza dei migranti e sull'incontro con altre culture; il 3,8%, infine, ha visto questo tipo di iniziative su Internet o su Facebook, ma non ha ricordato su quali specifici temi fossero incentrate.

Figura 35 – Esposizione ad iniziative di comunicazione interculturale

(domanda posta: “Le è mai capitato di vedere sui media locali/manifesti-volantini/ siti Internet o profili Facebook delle iniziative di comunicazione che promuovevano la lotta alla discriminazione, il rapporto tra culture diverse o, più in generale, che riguardavano la cultura d’origine o la situazione in cui si trovavano le persone immigrate?”)

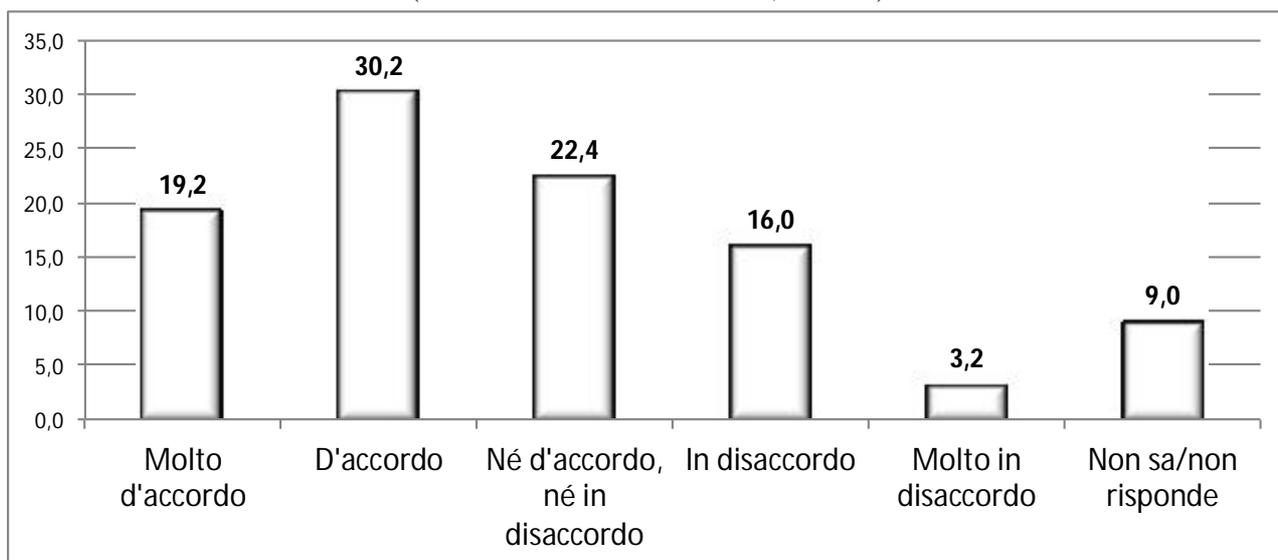
(% sul totale delle interviste; N=156)



Fonte: indagine diretta, 2015

Attraverso l'indagine sono state rilevate e analizzate anche le opinioni delle persone di origine straniera intervistate sulla comunicazione istituzionale in generale, cioè sulla comunicazione fatta dai Comuni, dalla Regione o da altre istituzioni locali dell'Emilia-Romagna per informare la cittadinanza sui loro servizi. Le valutazioni degli intervistati sono state indagate raccogliendo il livello d'accordo rispetto a una serie di affermazioni. Come mostra la Figura 36, quasi la metà degli intervistati ritiene che la comunicazione istituzionale degli enti locali non tratti mai questioni importanti per le persone di origine straniera. Poco meno della metà degli intervistati si è infatti dichiarato d'accordo o molto d'accordo con questa affermazione, mentre solo il 19,2% si è dichiarato in disaccordo o molto in disaccordo. I restanti intervistati si sono dichiarati né d'accordo né in disaccordo (22,4%) o hanno preferito non rispondere alla domanda (9,0%).

**Figura 36 – Livello d'accordo degli intervistati con la seguente affermazione:
 “La comunicazione delle istituzioni locali non tratta mai questioni importanti per le persone di origine straniera”**
 (% sul totale delle interviste; N=156)

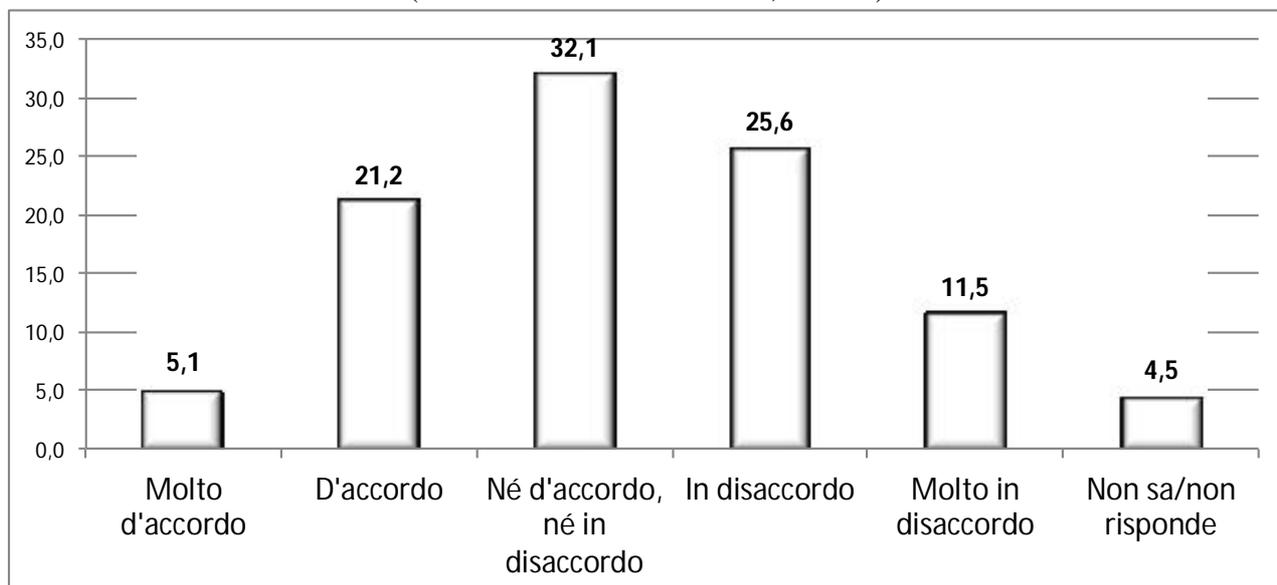


Fonte: indagine diretta, 2015

La Figura 37 mostra invece come la comunicazione istituzionale non sempre venga percepita dagli intervistati di origine straniera in modo chiaro. Il 37,1% si è infatti dichiarato in disaccordo o molto in disaccordo con chi sostiene che la comunicazione delle istituzioni locali sia sempre chiara ed espressa con un linguaggio semplice, percentuale superiore al 26,3% degli intervistati che hanno indicato di essere d'accordo o molto d'accordo. Va peraltro osservato come in questo caso cresca, fino al 32,1%, anche la percentuale di chi non è né d'accordo né in disaccordo.

**Figura 37 – Livello d'accordo degli intervistati con la seguente affermazione:
“La comunicazione delle istituzioni locali è sempre chiara, espressa con un linguaggio
semplice”**

(% sul totale delle interviste; N=156)

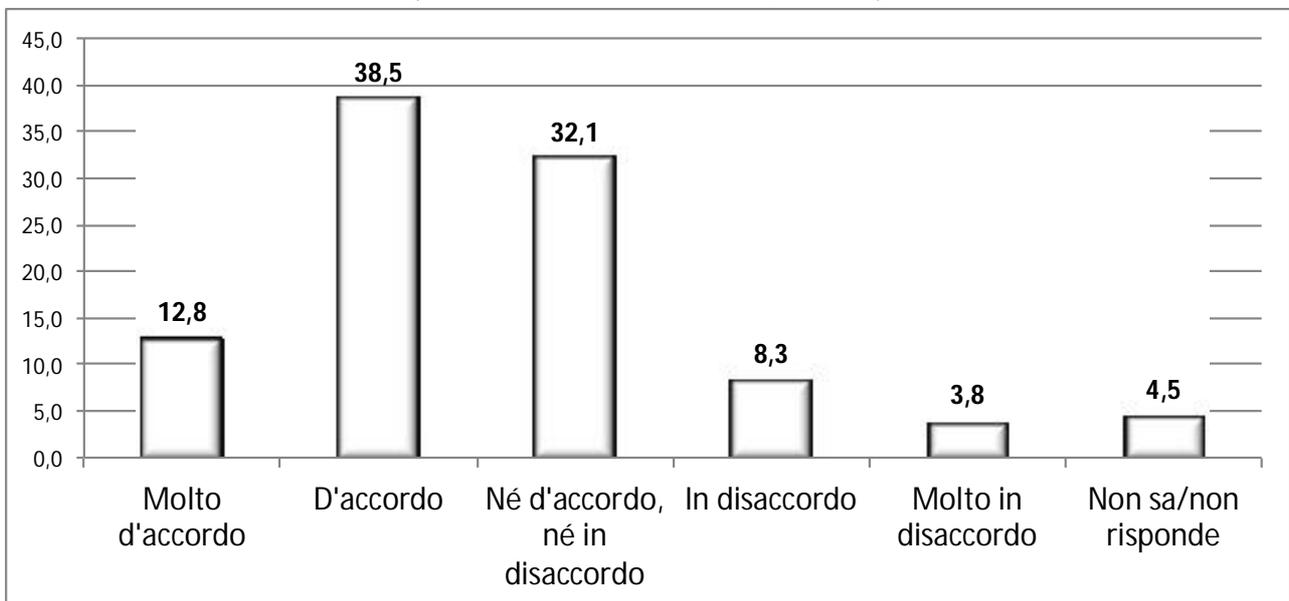


Fonte: indagine diretta, 2015

Il personale delle istituzioni locali ottiene invece valutazioni più gratificanti. Come mostra la Figura 38, ben il 51,3% ritiene che gli operatori degli enti locali sia spesso disponibile e cortese con le persone di origine straniera, mentre solo il 12,1% degli intervistati ha espresso valutazioni negative o molto negative sul generale atteggiamento dei funzionari pubblici locali. Anche in questo caso le posizioni intermedie, quelle cioè di chi non è né d'accordo né in disaccordo, sono comunque piuttosto elevate (32,1%).

**Figura 38 – Livello d'accordo degli intervistati con la seguente affermazione:
“Il personale delle istituzioni locali è spesso disponibile e cortese con le persone di origine straniera”**

(% sul totale delle interviste; N=156)

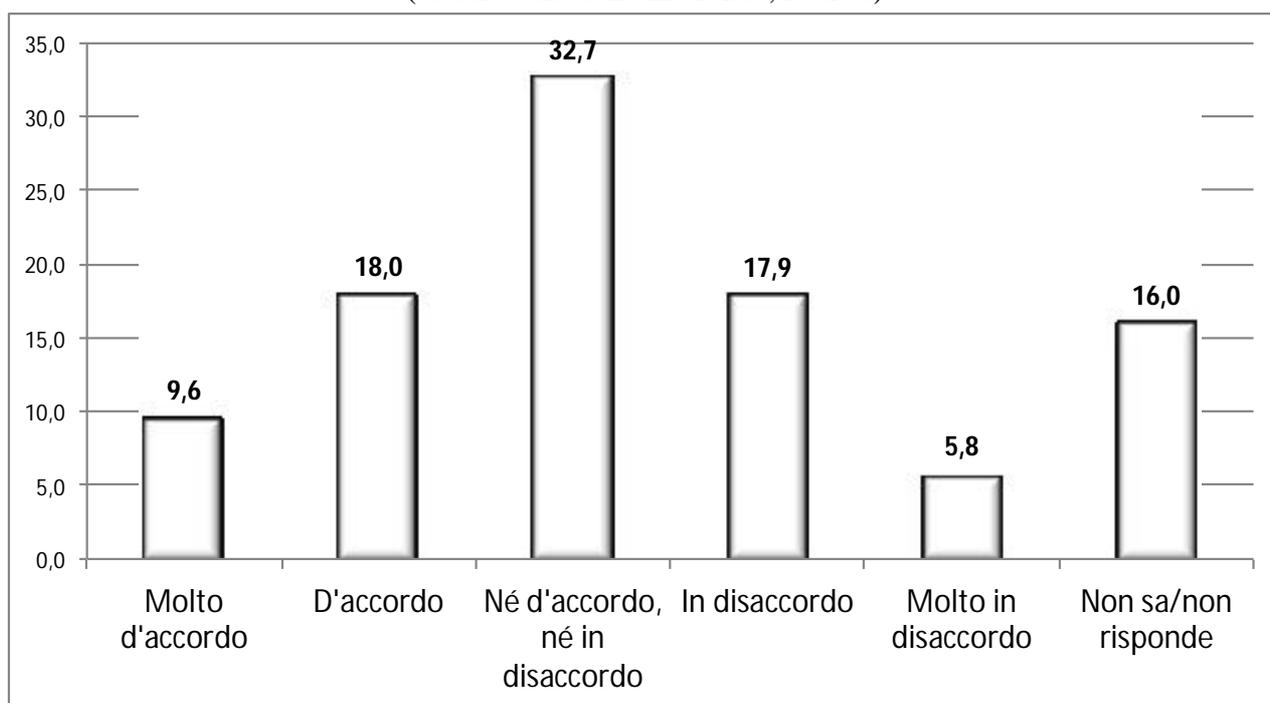


Fonte: indagine diretta, 2015

La Figura 39 mostra infine il livello d'accordo con l'affermazione "il Comune e le altre istituzioni locali non favoriscono mai l'organizzazione di eventi per comunicare ai cittadini le culture di origine delle persone immigrate". Anche in questo caso, il dato che emerge con maggior evidenza è l'alto numero di intervistati che esprime posizioni intermedie (32,7%) oppure che non ha o non esprime un'opinione a riguardo (16,0%). La quota di intervistati (27,6%) che sono d'accordo o molto d'accordo con chi ritiene che le istituzioni non favoriscano mai l'organizzazione di iniziative di comunicazione a favore delle culture d'origine delle persone immigrate è sostanzialmente simile con quella di chi è in disaccordo o molto in disaccordo (23,7%).

**Figura 39 – Livello d'accordo degli intervistati con la seguente affermazione:
 "Il Comune e le altre istituzioni locali non favoriscono mai l'organizzazione di eventi per comunicare ai cittadini le culture di origine delle persone immigrate"**

(% sul totale delle interviste; N=156)



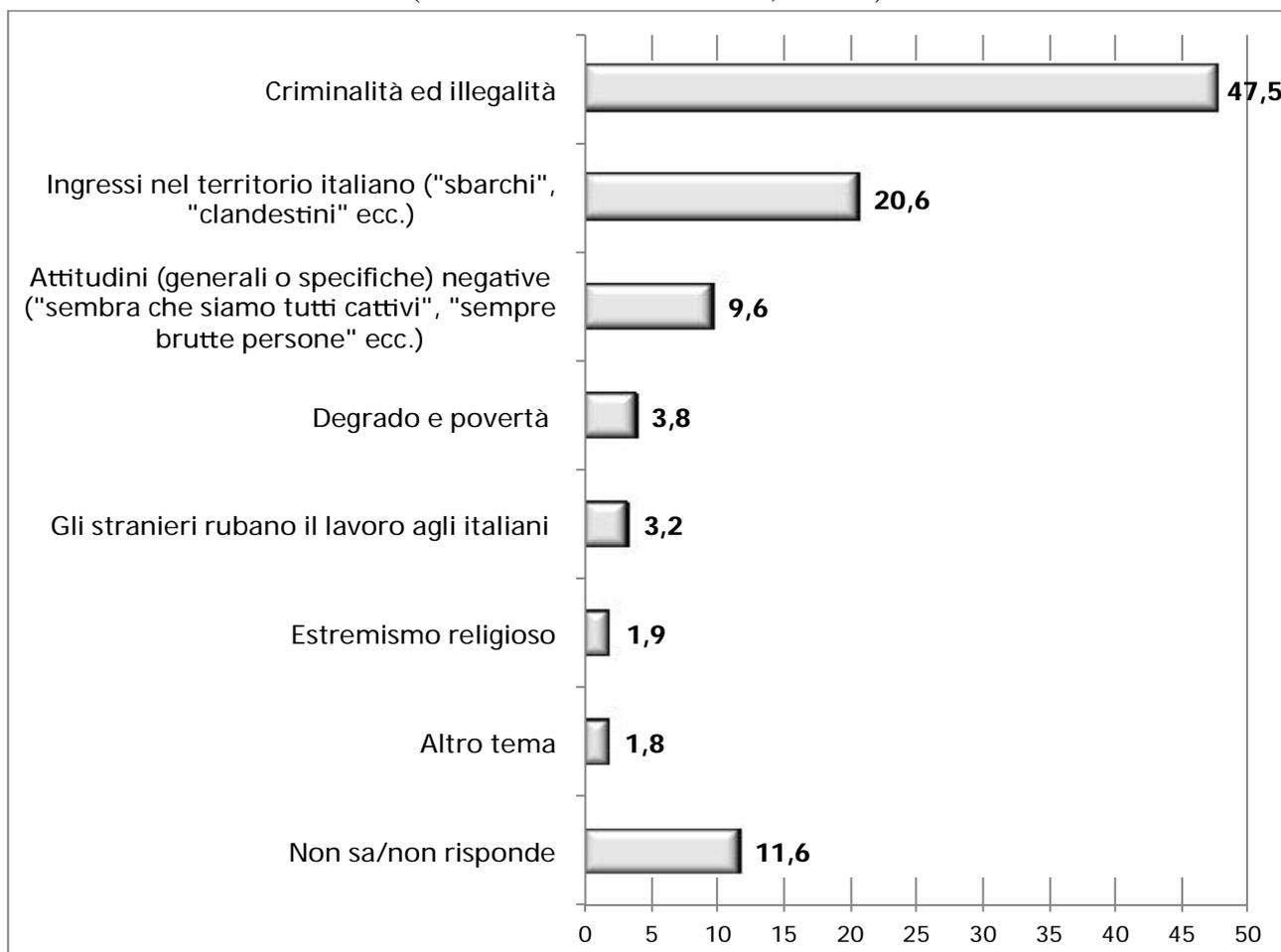
Fonte: indagine diretta, 2015

2.5 La rappresentazione delle persone immigrate sui media locali

La sezione finale del questionario è stata dedicata alla rappresentazione dell'immigrazione sui telegiornali e sui giornali locali dell'Emilia-Romagna. Agli intervistati è stato chiesto di indicare quali siano, a loro avviso, i temi che vengono trattati con maggior frequenza quando i media locali parlano di immigrazione o di persone immigrate. Anche in questo caso si è ricorsi a una domanda aperta con successiva riclassificazione delle risposte. Come mostra la Figura 40, ben il 47,5% degli intervistati ha fatto riferimento al tema della criminalità e dell'illegalità. Sono state ricondotte all'interno di questa categoria valutazioni come: quando i media locali parlano di immigrati, dicono sempre che "bevono e spacciano", oppure, "rubano e sono violenti", "uccidono e rapinano gli italiani", oppure, parlano "sempre di droga", "quando parlano di violenza sessuale, poi dicono che è stato uno straniero".

Figura 40 – Temi associati alle persone immigrate da parte dei Tg ed i giornali locali – le valutazioni degli intervistati

(% sul totale delle interviste; N=156)



Fonte: indagine diretta, 2015

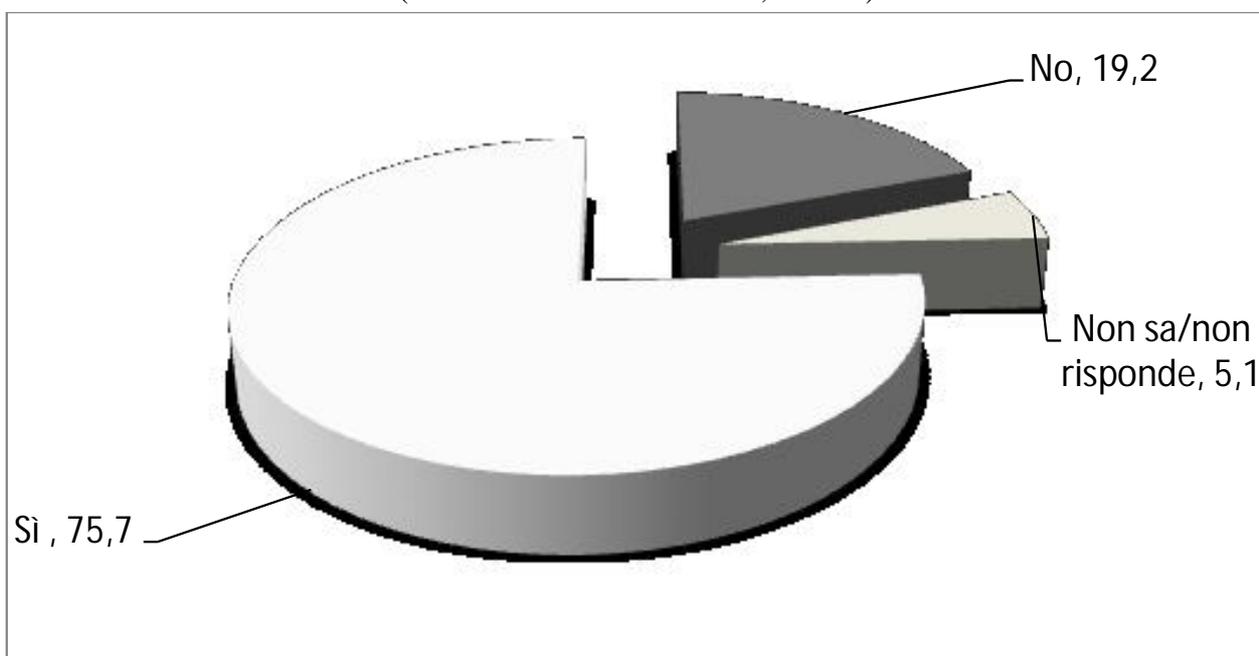
A ciò si aggiunge un ulteriore 9,6% di rispondenti che ha indicato come i media locali tendano a fornire una rappresentazione delle persone immigrate incentrata su presunte attitudini di tipo negativo di queste persone. Alcuni intervistati, per esempio, hanno spiegato che, sulla base di come le persone di origine straniera vengono rappresentate sui media locali, “sembra che siano tutti cattivi”, che “non abbiano voglia di fare le cose”, che “non lavorino” e “che se ne stiano in giro tutto il giorno”, questo perché i media “parlano sempre di brutte persone”.

Il 20,6% degli intervistati ha invece indicato il tema degli ingressi dei migranti nel territorio italiano. Secondo questi intervistati, quando i media locali parlano di persone immigrate questi parlano soprattutto di “sbarchi”, di “clandestini”, di “scafisti”, del fatto che “arrivano tanti immigrati” ecc.

Altri temi sono stati indicati con frequenze decisamente inferiori. Il 3,8% degli intervistati indica che i media locali, quando parlano di persone immigrate, parlano soprattutto di degrado e povertà (“sono sempre disgraziati”, “dormono e vivono in tanti in un solo appartamento” ecc.), il 3,2% indica come, per i media, gli “stranieri vengono a rubare il lavoro agli italiani”, mentre l’1,9% indica come i media tendano ad associare spesso le persone immigrate al tema dell’estremismo religioso (“sembriamo tutti dell’ISIS”, “parlano di Islam come cosa negativa, associato solo ai terroristi” ecc.).

Nel complesso dunque le persone immigrate intervistate valutano la rappresentazione offerta dai media locali dell'immigrazione come fortemente improntata e imperniata su aspetti negativi o comunque problematici. Queste valutazioni espresse dalle persone immigrate trovano preciso riscontro nelle risposte fornite alla domanda più strutturata e diretta posta nel corso dell'intervista, se, a loro avviso, i media locali parlino di immigrati solo o prevalentemente in occasione di crimini o atti illegali. Come mostra la Figura 41, ben il 75,7% ha risposto affermativamente, mentre il 19,2% ha risposto negativamente. In questo ambito si collocano coloro che hanno successivamente indicato che i media locali parlano anche di altri temi, ed in particolare delle feste etniche e di altri tipi di iniziative organizzate per promuovere il multiculturalismo o dello sport, settore nel quale spiccano diverse persone di origine straniera. Secondo un numero decisamente esiguo di intervistati i media locali non associano all'immigrazione solamente l'illegalità in quanto incentrano le loro notizie anche su esempi positivi di integrazione.

Figura 41 – Secondo lei, quando i media locali parlano di immigrati, parlano solo o prevalentemente di crimini o di atti illegali?
(% sul totale delle interviste; N=156)

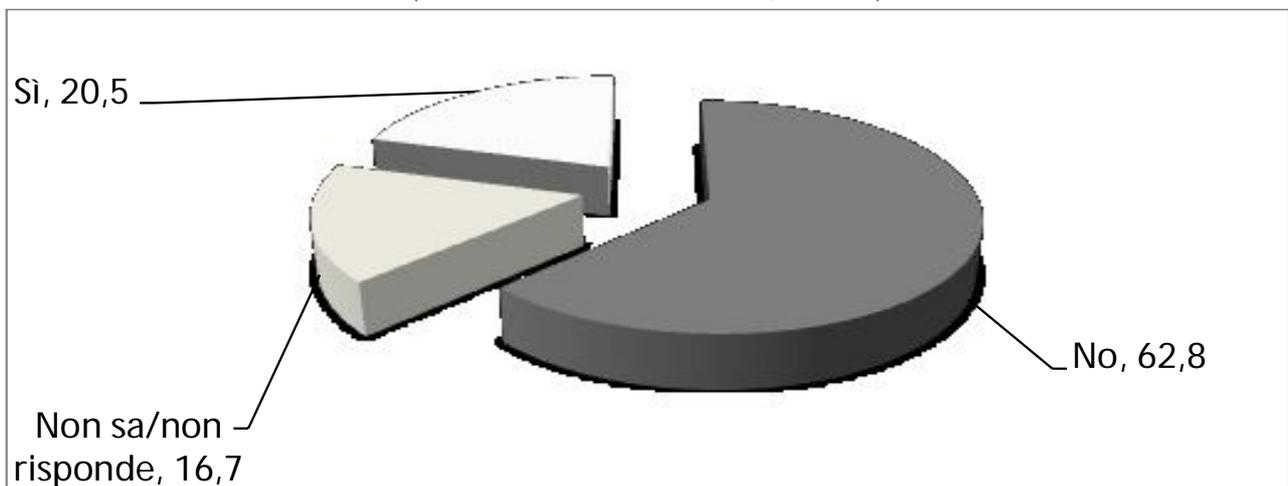


Fonte: indagine diretta, 2015

Le risposte fornite da parte delle persone immigrate intervistate ad altre domande del questionario, confermano il quadro valutativo critico riguardo la rappresentazione offerta sul tema dai media locali. La Figura 42 mostra come solo il 20,5% degli intervistati ritiene che i telegiornali ed i giornali locali dell'Emilia-Romagna parlino anche del ruolo delle persone immigrate nell'economia del territorio. La Figura 43 mostra invece come solo il 19,2% dei rispondenti ritiene che i media locali parlino anche di iniziative finalizzate a far conoscere le culture di origine delle persone immigrate.

Figura 42 – Secondo lei, i media locali dedicano servizi o articoli agli immigrati impegnati nell'economia locale?

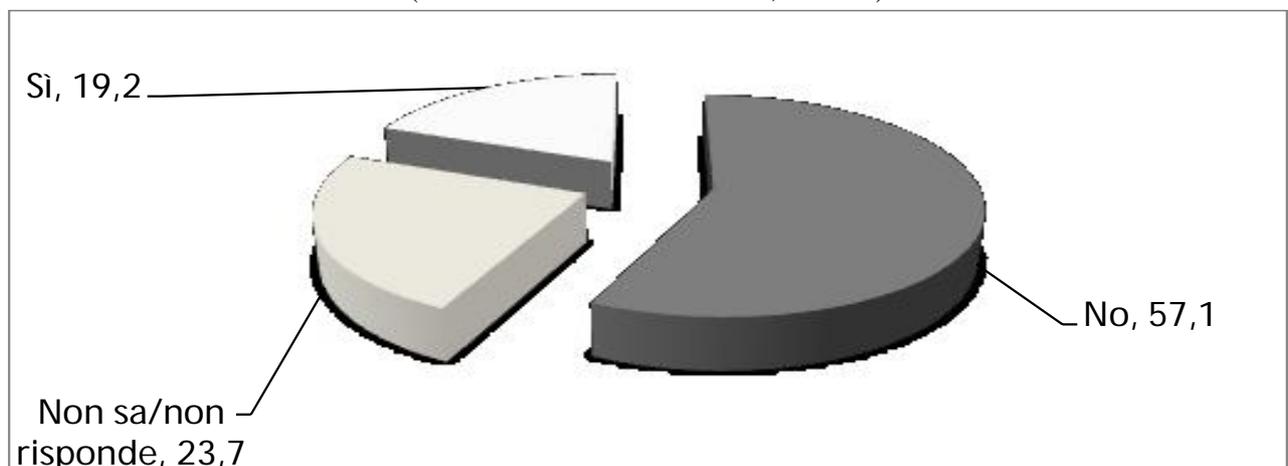
(% sul totale delle interviste; N=156)



Fonte: indagine diretta, 2015

Figura 43 – Secondo lei, i media locali trattano iniziative volte a far conoscere le culture di origine delle persone immigrate?

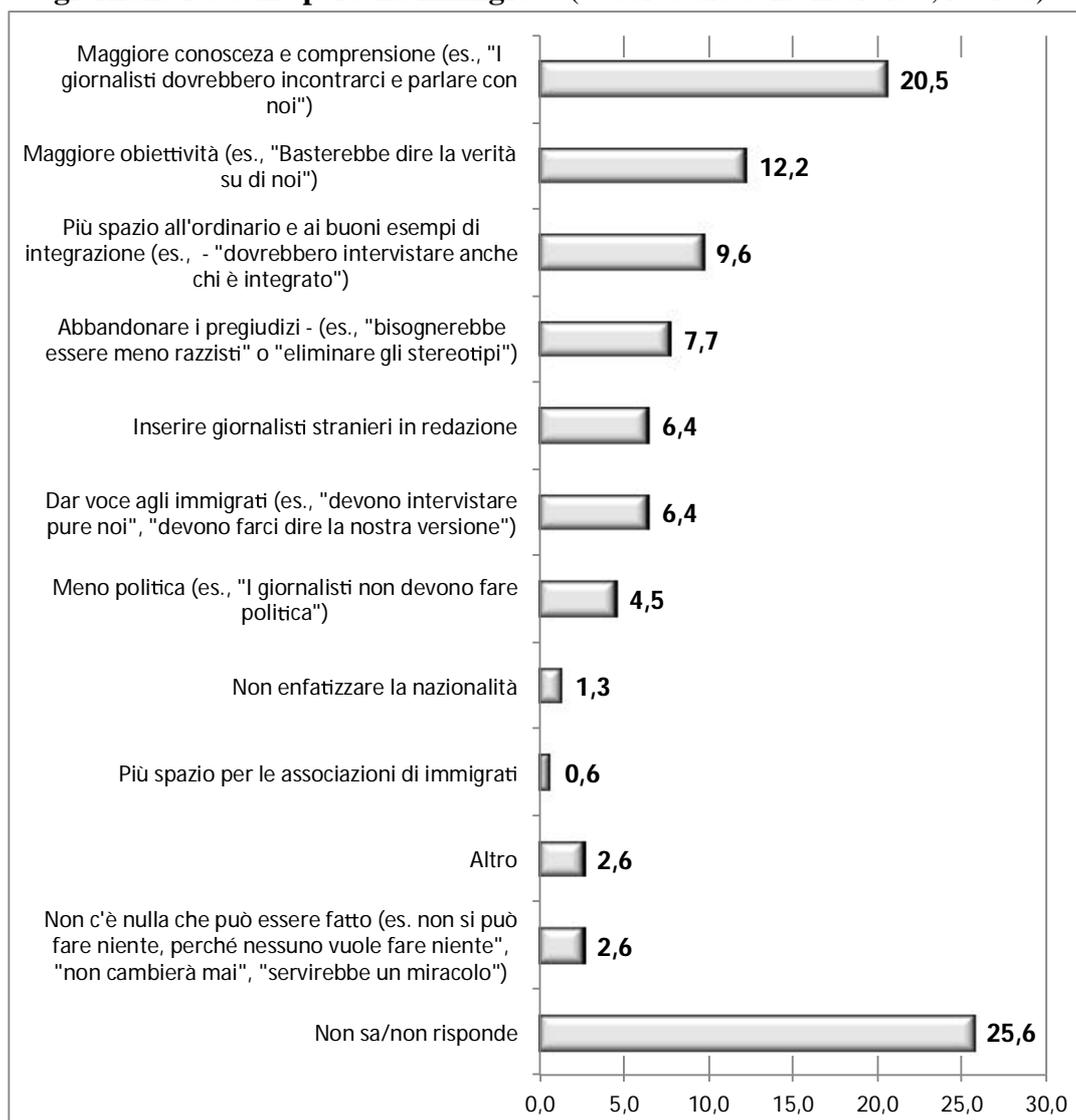
(% sul totale delle interviste; N=156)



Fonte: indagine diretta, 2015

Agli intervistati sono stati successivamente richiesti dei suggerimenti su come, a loro avviso, si potrebbe migliorare l'informazione giornalistica sulle persone immigrate. Anche in questo caso la domanda prevedeva delle risposte aperte, che sono state successivamente aggregate in categorie generali. Come mostra la Figura 44, il 20,5% degli intervistati ritiene che per favorire un'informazione più equilibrata sulle persone immigrate, i giornalisti dovrebbero conoscere meglio le culture straniere più presenti nel territorio, interagendo ed entrando in contatto più spesso con le persone immigrate. Sono state ricondotte a questa categoria risposte come: "i giornalisti dovrebbero incontrarci e parlare con noi" "che siamo gente che lavora e vive normalmente", "dovrebbero entrare nelle nostre vite" "facendosi ospitare dove abitiamo per conoscerci meglio" o "provando il nostro lavoro", oppure "dovrebbero raccontare storie di vita vere", "dovrebbero conoscere meglio le culture di cui parlano", "dovrebbero partecipare alle nostre iniziative" e "filmare le nostre feste".

Figura 44 – Suggerimenti degli intervistati su come si potrebbe migliorare l'informazione giornalistica sulle persone immigrate (% sul totale delle interviste; N=156)



Il 12,2% degli intervistati ha invece indicato che, a loro avviso, i giornalisti dovrebbero svolgere il loro lavoro in modo più “puntuale” (vd. Figura 44). Rientrano in questa categoria risposte, spesso generiche, come: “basterebbe dire la verità su di noi”, i giornalisti “devono essere onesti” e “fornire una corretta rappresentazione degli immigrati”. Il 9,6% degli intervistati ha invece fornito risposte più specifiche, incentrate sul fatto che, a loro avviso, i giornalisti dovrebbero dedicare maggior spazio all’ordinario, non solo ad eventi di cronaca nera e di criminalità, fornendo al pubblico più esempi di persone immigrate ben integrate nelle comunità locali. Rientrano all’interno di questa categoria risposte come: “bisognerebbe che parlassero anche delle cose buone che facciamo”, dovrebbero “dare spazio ai buoni esempi”, “parlare anche della brava gente”, “intervistare anche chi è integrato”, “far vedere che lavoriamo e non rubiamo”, i giornalisti dovrebbero “distinguere tra chi fa bene e chi invece viene qui per dare fastidio agli altri”. Il 7,7% degli intervistati ritiene invece che la rappresentazione tendenzialmente negativa dell’immigrazione sui media locali dipenda dai diffusi pregiudizi nei confronti delle persone di origine straniera. Rientrano in questa categoria risposte come: “i giornalisti dovrebbero avere meno pregiudizi”, “dovrebbero essere meno superficiali”, “bisognerebbe essere meno razzisti” o “bisognerebbe eliminare gli stereotipi”.

Un numero inferiore, ma pur sempre significativo, di intervistati (6,4%) ritiene invece che l’informazione sull’immigrazione potrebbe migliorare inserendo giornalisti di origine straniera nelle redazioni dei media locali. A questo proposito, una specifica domanda del questionario ha rivelato che, su un totale di 156 intervistati, solo ad un rispondente è capitato di leggere articoli o di vedere servizi giornalistici prodotti da giornalisti di origine straniera. Tornando alla Figura 44, il 6,4% dei rispondenti indica che i media locali dovrebbero dare voce alle persone immigrate più frequentemente. Rientrano in questa categoria risposte come: “ci devono far parlare”, “devono intervistare pure noi”, “devono farci dire la nostra versione”.

Altri intervistati ritengono invece che l’informazione sull’immigrazione potrebbe migliorare se le redazioni giornalistiche fossero maggiormente autonome dalla politica. Secondo il 4,5% dei rispondenti, a questo proposito, “i giornalisti non devono essere politicizzati”, “non devono fare politica”, “non devono farsi condizionare dai loro capi”. Solo l’1,3% ha indicato come i giornalisti non dovrebbero enfatizzare la nazionalità all’interno delle notizie relative ad atti di criminalità. Come hanno spiegato due intervistati: i giornalisti “dovrebbero dire che una persona ha fatto una cosa cattiva, ma non da che Paese proviene”, “prima tutti dall’Albania, ora tutti dall’Africa.... [i giornalisti] dovrebbero dare meno etichette!”. Infine, un intervistato ha indicato che i giornalisti dovrebbero dare maggiore spazio alle associazioni di persone straniere, mentre il 2,6% dei rispondenti ha mostrato una maggiore rassegnazione: secondo queste persone, non c’è nulla che può

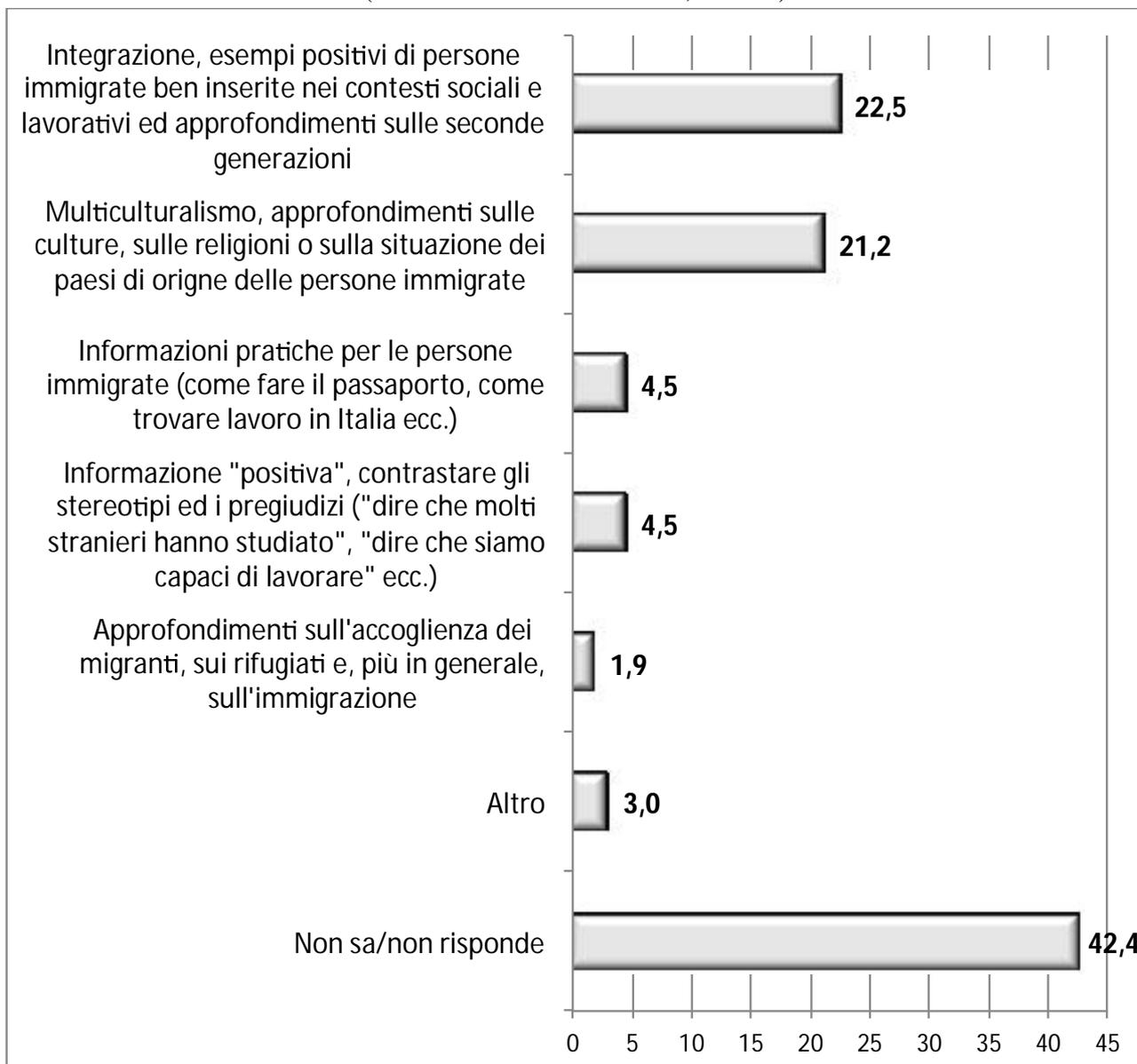
essere fatto per migliorare l'informazione sull'immigrazione, in quanto questa “non cambierà mai” perché “nessuno vuole fare niente”.

Agli intervistati è stato infine richiesto di indicare un tema (legato all'immigrazione o di interesse per le persone immigrate) che vorrebbero fosse trattato con maggior frequenza da parte dei media locali. Anche in questo caso le risposte aperte degli intervistati sono state riaggregate all'interno di categorie generali. Come mostra la figura 45, il 22,5% degli intervistati vorrebbe che i media locali trattassero maggiormente il tema dell'integrazione fornendo esempi positivi di persone immigrate bene inserite nelle comunità locali e nei contesti lavorativi del territorio italiano o producendo approfondimenti sulle seconde generazioni. Rientrano all'interno di questa categoria risposte come: i giornalisti dovrebbero “far vedere gente straniera che lavora”, “esempi di immigrati inseriti”, dovrebbero “parlare dell'economia che producono gli stranieri”, “dei lavori che fanno tanti immigrati” o degli “immigrati che vanno a scuola”. Come ha spiegato un'intervistata nella città di Parma, i media locali dovrebbero far vedere “i nostri figli con i bambini italiani”.

Altro tema che le persone di origine straniera intervistate vorrebbero vedere maggiormente trattato sui media locali è quello del multiculturalismo. Al 21,2% degli intervistati piacerebbe infatti che i giornalisti producessero più approfondimenti sulle culture, sulle religioni o sulla situazione politica, economica o sociale dei loro paesi di origine. Rientrano all'interno di questa categoria risposte come: i media locali dovrebbero parlare di più “delle tradizioni degli immigrati”, “degli usi e dei costumi diffusi nelle terre straniere” e “delle cose belle delle altre terre”, dovrebbero “far conoscere meglio l'Islam”, “parlare in modo più approfondito della situazione in Ucraina” oppure dovrebbero prevedere “rubriche di cucina etnica”. Alcuni di questi intervistati hanno spiegato che, secondo loro, i giornalisti dovrebbero dedicare maggiore attenzione alle iniziative culturali incentrate su temi legati alle persone immigrate, seguendo, per esempio, le feste o le cene etniche ed i seminari sul multiculturalismo.

Figura 45 – Tema legato all’immigrazione o di interesse per le persone immigrate che gli intervistati vorrebbero fosse trattato più frequentemente dai media locali

(% sul totale delle interviste; N=156)



Fonte: indagine diretta, 2015

Un numero più ridotto di intervistati (4,5%) vorrebbe che i media locali fornissero più frequentemente informazioni pratiche di interesse per le persone immigrate (per esempio, “come fare il passaporto” o “come trovare lavoro in Italia”), mentre altri (4,5%) hanno indicato che i media dovrebbero parlare in modo più positivo delle persone immigrate in modo da contrastare la diffusione di stereotipi e luoghi comuni (come spiegato da alcuni intervistati, i giornalisti dovrebbero “dire che molti stranieri hanno studiato” o che sono “capaci di lavorare”). L’1,9% degli intervistati vorrebbe invece vedere più approfondimenti giornalistici sul tema dell’accoglienza e dei

profughi per consentire di trattare in modo meno allarmistico il tema dell'immigrazione. Occorre comunque segnalare che il 42,4% degli intervistati non ha indicato alcun tema.

Capitolo 3

Persone immigrate ed informazione giornalistica

3.1 L'analisi comparativa dei precedenti monitoraggi sulla rappresentazione dell'immigrazione

L'analisi della rappresentazione dell'immigrazione all'interno dei notiziari regionali, condotta con periodicità in questi anni, rappresenta per il Co.Re.Com. Emilia-Romagna un proseguimento di un progetto iniziato nel 2008, in seguito alla sottoscrizione del Primo Protocollo d'intesa sulla comunicazione interculturale da parte della Regione Emilia-Romagna e diversi altri soggetti, appartenenti al mondo istituzionale, di rappresentanza degli immigrati, dei media, universitario.

I risultati positivi di tutte le attività previste hanno portato, nel 2013, al rinnovo del protocollo stesso con l'obiettivo specifico di realizzare una collaborazione tra i firmatari, al fine di favorire una adeguata rappresentazione del fenomeno migratorio all'interno dei mezzi di informazione locale e, in un certo senso, promuovere una migliore e più efficace integrazione sociale tra immigrati e cittadini italiani.

Centralità della cronaca e preponderanza della cornice di problematicità

I tre monitoraggi sui telegiornali locali realizzati dal Co.Re.Com. Emilia-Romagna nel corso degli anni¹⁰ evidenziano, in primo luogo, la centralità della cronaca e la preponderanza di una cornice di problematicità nella rappresentazione delle persone immigrate. Gli immigrati sono infatti trattati prevalentemente all'interno di notizie di cronaca, dove questi svolgono, principalmente, un ruolo negativo, spesso come autori di reati o di episodi di criminalità. Questa tendenza dipende anche dalla struttura stessa dei telegiornali, che riservano grande spazio a tali notizie e che trattano la cronaca per la maggiore capacità di questo tema di raccogliere attenzione e interesse del pubblico.

¹⁰ I monitoraggi sono stati realizzati nel 2009, nel 2011 e nel 2014. I report del primo e del secondo monitoraggio sono disponibili gratuitamente sul sito del Co.Re.Com. Emilia-Romagna <http://www.assemblea.emr.it/corecom>: il primo Co.Re.Com. Emilia-Romagna (2011) *L'immagine degli Immigrati nei Telegiornali dell'Emilia-Romagna*, a cura di R. Tirota e Sara Bellini; il secondo Co.Re.Com. Emilia-Romagna (2012) *Telegiornali e Immigrazione. Un'Analisi sull'Informazione in Emilia-Romagna*, a cura di R. Tirota e F. Lippi. I risultati del terzo monitoraggio sono contenuti in Co.Re.Com. Emilia-Romagna (2015) *“La rappresentazione dell'immigrazione nei notiziari dell'Emilia Romagna”* a cura di ISIMM Ricerche.

Quali sono le caratteristiche di fondo della costruzione dell'immagine dell'immigrato? Quali sono gli strumenti culturali con cui si affronta il tema dell'immigrazione a livello locale?

I risultati dei tre differenti monitoraggi appaiono dare conto di una capacità in qualche misura crescente di inserire l'immigrazione all'interno delle altre tematiche, come se al progressivo processo di integrazione degli immigrati nella società, corrispondesse nei massa media, televisione in particolare, un progressivo processo di metabolizzazione della sua rappresentazione all'interno del sistema di produzione mediatica del Paese. Non di meno, rimane una certa difficoltà dei media locali di rappresentare la realtà locale in tutta la sua complessità e articolazione, indagarla e raccontarla attraverso tutte le sue sfaccettature. La presenza di persone immigrate non può essere più considerata come un fenomeno transitorio, ma come il dato oggettivo, strutturale, di una società che muta nel tempo ed è in continuo movimento. Continuare a dedicare nei telegiornali spazio alle persone immigrate soprattutto all'interno della sezione della cronaca, dove vengono prevalentemente trattati argomenti come la criminalità e la devianza, gli incidenti stradali, la violenza su donne, ecc., dove gli immigrati ricoprono in larga misura il ruolo di autori di azioni di tipo negativo, rischia di rafforzare lo stereotipo discriminatorio fondato sull'associazione tra immigrazione e criminalità.

Molto meno frequenti sono ancora le notizie che trattano l'immigrazione in termini generali che offrono riflessioni sui fenomeni sociali legati a questi soggetti, che prescindano dal loro coinvolgimento in situazioni di degrado, di difficoltà o di illegalità.

L'importanza della nazionalità

I monitoraggi effettuati sulla rappresentazione dell'immigrazione offerta dai notiziari locali confermano inoltre la tendenza dei telegiornali ad identificare le persone immigrate principalmente attraverso l'indicazione della nazionalità (come ad esempio "il marocchino", "l'albanese"), dell'area geografica di provenienza ("il nordafricano") o attraverso termini che sottolineano il fatto che non sono cittadini italiani ("l'extracomunitario", "lo straniero"). In rari casi i giornalisti definiscono le persone di origine straniera coinvolte negli eventi narrati facendo riferimento al loro nome, cognome o alla loro professione. I risultati dei monitoraggi mostrano chiaramente la tendenza appena illustrata: nel 2009 e nel 2011 nel 60% delle notizie viene fatto riferimento principalmente alla nazionalità o all'area geografica di provenienza di queste persone, nel 2014 ancora il 44,9%.

È questa una caratteristica dominante, oltre ad essere, nella maggior parte dei casi, l'unica informazione sul protagonista della notizia. L'utilizzo della nazionalità nei servizi non è un procedimento neutro perché rischia di connotare in modo univoco la notizia. Le formule *ad hoc* a

volte lanciate dallo studio dai conduttori, come ad esempio "l'ennesimo caso di furto", contribuiscono a trasformare la ricorrenza indistinta dei fatti di cronaca in una sequenza criminale.

Il fatto che la loro nazionalità di origine non sia quella italiana costituisce dunque una condizione "totalizzante", l'unico elemento che ne definisce l'identità e il rapporto del soggetto con il resto della società. Questa modalità è una pratica tanto consolidata quanto criticata dai codici deontologici; infatti, la citazione dell'appartenenza di un soggetto ad uno specifico gruppo rischia di condizionare l'immagine che le persone hanno di quella popolazione, contribuendo a generare sentimenti ostili.

L'uso della nazionalità come principale segno di caratterizzazione dei protagonisti delle notizie rischia di avere effetti negativi su chi ascolta le informazioni. Per questo motivo ad esempio la Carta di Roma¹¹ invita a non citare l'origine etnica delle persone se questa non è essenziale per la comprensione delle notizie.

L'assenza della voce degli immigrati nei telegiornali locali

I monitoraggi sulla rappresentazione dell'immigrazione offerta dai notiziari locali evidenziano inoltre come le persone immigrate, malgrado ricoprano il ruolo di protagonisti (o comunque un ruolo di primo piano) all'interno di quasi tutte le notizie analizzate, abbiano l'opportunità di intervenire per esprimere il proprio parere solo in un numero estremamente limitato di occasioni. Pur essendo i protagonisti delle notizie, le persone di origine straniera non hanno dunque quasi mai la possibilità di esprimere un'opinione sui fatti in cui sono coinvolti. In buona sostanza, i notiziari parlano di persone immigrate, ma non viene data loro voce. Il monitoraggio del 2014 dà conto che solo nel 7,6% delle notizie analizzate viene data voce direttamente ad una persona immigrata tramite un'intervista o tramite la trasmissione di uno stralcio di una dichiarazione.

I soggetti, inoltre, che compaiono più di frequente all'interno delle notizie insieme alle persone immigrate sono i rappresentanti delle forze dell'ordine, dato che conferma il fatto che la rappresentazione giornalistica dell'immigrazione è polarizzata su episodi di cronaca che vedono coinvolte le persone immigrate in situazioni negative.

¹¹ La Carta di Roma è un protocollo deontologico concernente i richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti firmato, nel 2008, dalla Federazione Nazionale della Stampa Italiana (FNSI) e dal Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti. Recependo le indicazioni dell'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Rifugiati (UNHCR), la Carta fornisce una serie di linee guida per il trattamento e la presentazione giornalistica delle informazioni relative ai migranti. In particolare, la Carta invita i giornalisti ad usare termini giuridicamente appropriati per riferirsi ai migranti (e non termini impropri come, per esempio, "clandestino"), e a tutelare i richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti che scelgono di parlare con i giornalisti, adottando specifiche accortezze per tutelarne l'identità (come per esempio non mostrare il volto o non citare il nome e il cognome della persona) ed evitare di esporla a ritorsioni da parte di autorità del paese di origine o di organizzazioni criminali.

Nel complesso, come già sottolineato, i notiziari locali offrono una rappresentazione dell'immagine soprattutto in una chiave problematica. Come già emerso nel monitoraggio del 2009, lo scarto tra gli andamenti della realtà sociale (che vedono un ruolo importante degli immigrati nell'economia locale ed una presenza notevole nel settore scolastico) e la rappresentazione che ne viene fatta in televisione appare in netta contrapposizione.

Analizzando i diversi monitoraggi, sembrano potersi rilevare alcuni, ma ancora deboli, segnali di mutamento nel modo di rappresentare il fenomeno immigrazione. Tuttavia, come già sottolineato, il tempo di parola degli immigrati resta ancora solo una piccola parte rispetto al tempo notizia che li riguarda. Permane la tendenza dell'informazione a dare scarso, ben circoscritto, spazio di intervento diretto alle persone immigrate. Questi prendono la parola solo raramente per commentare o testimoniare le vicende che li riguardano. Nelle stesse notizie prevalgono voci istituzionali (amministratori pubblici, militanti di partiti, forze dell'ordine ecc.) generalmente italiane. In questo quadro non può non essere sottolineata l'assenza o quasi di giornalisti stranieri all'interno dei telegiornali locali, sia come conduttori sia come inviati, sia come commentatori di notizie.

La necessità di ampliamento della prospettiva da cui raccontare l'immigrazione

Dal 2009 ad oggi, i diversi monitoraggi presentano molti elementi di continuità. La rappresentazione degli immigrati verte essenzialmente sul macroargomento che si può definire della devianza, a cui rimandano notizie che raccontano di reati o di tensione della sicurezza sociale. La rappresentazione delle persone immigrate è imperniata su questa chiave argomentativa.

Da un punto di vista statistico, il dato più rilevante in tutti i monitoraggi è l'incidenza elevata di notizie di cronaca, nelle quali gli immigrati sono protagonisti perlopiù in negativo. Parlare di immigrazione nei notiziari locali in Emilia-Romagna vuol dire in buona parte parlare di fatti criminosi, di cronaca. Nei telegiornali del territorio emiliano-romagnolo, vi sono nazionalità diverse protagoniste di fatti di cronaca, le cui notizie non hanno uno sviluppo nel tempo, ma sono improntate alla più stretta contingenza. Atti ed eventi sporadici e devianti contribuiscono ad accrescere la percezione di insicurezza e di separazione tra il pubblico italiano e i soggetti, "criminali", delle notizie, a consolidare il paradigma immigrazione-pericolosità sociale.

Si rappresenta così una società multiculturale, in cui la cultura del diverso, rappresentata dalla nazionalità che individua il protagonista della notizia, è etichettata come cultura anomica, che mette in crisi la coesione sociale. La società interculturale rischia così di diventare qualcosa da temere. La limitata presenza poi di giornalisti stranieri è elemento che contribuisce a dar conto di un certo ritardo nel rapporto tra cittadini stranieri e informazione. La crescita ormai costante dei "media multiculturali" e gli strumenti di informazione promossi direttamente dai cittadini migranti

testimoniano il bisogno di far sentire nel panorama dell'informazione una voce che è stata troppo a lungo raccontata e "parlata" da qualcun altro. In una società plurale e multietnica, è auspicabile un ampliamento della prospettiva da cui raccontare l'immigrazione e gli immigrati, al fine di creare una rappresentazione più articolata e completa, dunque più corretta del modo di fare informazione sul tema dell'immigrazione.

3.2 I risultati delle interviste con gli operatori dell'informazione

La centralità della cronaca nell'informazione giornalistica sulle persone di origine straniera è confermata dalle interviste effettuate con i direttori e con i giornalisti delle televisioni locali dell'Emilia-Romagna. Come hanno spiegato tutti gli intervistati, la cronaca è un argomento che suscita grande interesse nel pubblico, e dunque è uno degli argomenti maggiormente trattati all'interno dei telegiornali locali. Ovviamente un episodio di criminalità non viene considerato di maggior interesse per il fatto che può vedere coinvolta una persona di origine straniera. In giornalismo si limitano a raccontare le notizie di cronaca di cui giungono a conoscenza, senza effettuare distinzioni a partire dalla nazionalità dei soggetti coinvolti.

Alcuni intervistati hanno tuttavia sottolineato come alcuni tipi di notizie siano considerate di interesse in quanto in linea con temi che, in determinati periodi, sono particolarmente "in voga" all'interno dell'informazione giornalistica, sia a livello locale che nazionale. Come ha spiegato un giornalista, per esempio, la maggior parte delle notizie di cronaca che vedono coinvolte persone immigrate nella sua città, per un certo periodo di tempo, era relativa a problematiche di ordine pubblico che interessavano un quartiere dove la convivenza tra cittadini italiani e persone immigrate era particolarmente difficile. Le tante problematiche legate al degrado e all'ordine pubblico, come risse, guerre tra bande, e schiamazzi notturni, rendevano il tema particolarmente di interesse per la cittadinanza ed i giornalisti, interesse che era ravvivato anche dalla dialettica politica che il tema generava all'interno delle istituzioni locali. Di conseguenza, in quel periodo, molti degli episodi di cronaca che avvenivano nel quartiere, così come le numerose segnalazioni di residenti che chiamavano la redazione per invitare i giornalisti ad occuparsi dei fatti di illegalità ai quali avevano assistito, riscontravano un particolare interesse per le redazioni giornalistiche.

Un altro intervistato ha sottolineato, all'interno di una critica generale su come l'informazione giornalistica tratti gli eventi di cronaca in cui sono coinvolte persone immigrate, come le notizie su episodi di criminalità siano di particolare interesse per le testate informative in quanto, nelle parole del giornalista, "sono temi che parlano alla pancia del paese", sono temi, cioè, come quello dei furti negli appartamenti, che creano inquietudine. Nelle parole del giornalista, "questa è la pancia: se tu

vuoi fare molti ascolti, parli di questi temi, e la gente si sente rappresentata, perché magari è rimasta coinvolta direttamente in episodi simili”.

Lo stesso soggetto intervistato ha messo in evidenza come la sua redazione cerchi, per quanto possibile, di non limitare la rappresentazione delle persone immigrate all'interno della cornice problematica della cronaca e della criminalità, ma di trattare anche storie sull'accoglienza dei migranti e sui percorsi di inserimento sociale di queste persone. Come ha spiegato un altro intervistato:

«Le notizie di cronaca sono la maggioranza delle nostre notizie sull'immigrazione. Però cerchiamo di trovare anche altri temi che, non dico compensino, ma che possano fornire al pubblico un'informazione più completa sull'immigrazione. C'è dunque l'immigrato che ruba nelle case, ma c'è anche l'immigrato che, ad esempio, aiuta i profughi. Per fare un esempio, la settimana scorsa ho raccontato di un profugo che è arrivato l'anno scorso, [...] e in un anno ha già dato il quarto esame all'Università, ha trovato una ragazza e lavora per la cooperativa che gestisce i profughi. Per cui è un caso positivo. Andiamo a cercare anche questo tipo di situazioni. Non per equilibrare le notizie negative, ma perché vogliamo fornire una rappresentazione completa del fenomeno immigrazione».

Le notizie di cronaca sono preponderanti anche perché, come sottolineato da più parti, richiedono meno lavoro per la loro produzione. Le fonti di riferimento per questo tipo di notizie, le forze dell'ordine, sono infatti molto attive: hanno personale che cura i rapporti con i giornalisti, invia comunicati stampa e organizza frequentemente conferenze stampa. Una redazione locale, in particolare nei casi in cui può avvalersi della collaborazione di un limitato numero di giornalisti, può in questo modo produrre notizie con un minor sforzo organizzativo. Fare degli approfondimenti su casi positivi di integrazione o su altre storie relative alle persone immigrate richiede invece molto più tempo, maggiori sforzi organizzativi e la necessità di un elenco dei contatti molto ampio (che includa esperti, esponenti del mondo dell'associazionismo, persone ben inserite nelle comunità di immigrati ecc.). Come ha spiegato il direttore di un telegiornale locale:

«Rispetto alla produzione di inchieste o al raccontare storie, fare della cronaca è più facile. Oggi le redazioni locali hanno poche risorse, quindi devono selezionare e scegliere gli eventi da seguire. [...] Le storie richiedono del tempo, perché devi cercarle, e poi quando le hai trovate devi entrare in sintonia con la persona. [...] Mentre la notizia di cronaca ti arriva in redazione tramite il comunicato dei carabinieri, [ed è facile da trattare perché puoi citare una fonte autorevole], la storia devi andare a cercarla, sfruttando i contatti che hai stabilito con il mondo del volontariato, della solidarietà, dell'associazionismo e dell'accoglienza. Abbiamo una rete

fatta di tanti occhi, che sono quelli dei volontari che vivono nelle realtà sociali, nella scuola, o nelle parrocchie, che ci possono dire ‘c’è questa bella storia, c’è questa persona che ho incontrato che può raccontare qualcosa’. Però è più difficile, ci vuole più tempo, perché non è come quando la notizia ti arriva quando sei seduto sulla tua poltrona: devi alzarti, andare fuori, magari fare un’intervista, raccontare attraverso le immagini la storia della persona, il suo lavoro, la sua esperienza».

Dalle interviste è inoltre emerso come le notizie di tipo positivo sulle persone immigrate siano difficili da raccontare perché spesso è difficile individuare un collegamento con la stretta attualità. Come ha spiegato un giornalista, i caporedattori pensano che le storie positive su migranti integrati non interessino al pubblico se non presentano qualche legame con i fatti che, in quel momento, sono al centro dell’attenzione giornalistica. Può essere dunque utile creare delle apposite rubriche all’interno dei notiziari, o delle trasmissioni dedicate a questi temi. Come ha spiegato un giornalista: “io credo che ogni redazione debba avere degli appuntamenti fissi su certi temi, in modo da poter trattare storie positive anche se sono slegate dalla contingenza, da ciò che è accaduto il giorno prima”.

Il ruolo delle fonti è dunque centrale. Notizie su temi diversi dalla criminalità e dalla cronaca, come per esempio quelle sul ruolo degli immigrati nell’economia locale o sulla lotta alle discriminazioni, sono difficili da produrre in quanto le fonti di questo tipo di notizie sono meno attive, o meno organizzate, rispetto ad altri tipi di fonti. Per le notizie sulle persone immigrate impegnate nell’economia locale, per esempio, quando arrivano segnalazioni o rapporti da parte delle Camere di commercio o dalle istituzioni locali, questi portano spesso alla produzione di notizie. Il problema è che queste segnalazioni e questi rapporti non arrivano alle redazioni molto frequentemente.

Una fonte che si rivela, in alcuni casi, particolarmente utile per produrre degli approfondimenti sull’immigrazione sono le associazioni di cittadini stranieri o le comunità di immigrati presenti nelle città dell’Emilia-Romagna. Questi soggetti possono essere consultati dai giornalisti anche per includere il punto di vista delle comunità di stranieri nelle notizie su temi o eventi legati agli immigrati. Come ha spiegato un intervistato:

«Quando c’è una questione percepita come problematica, per esempio nel caso di un recente dibattito sulla creazione di una moschea in città, noi cerchiamo di sentire più voci, interpellando per esempio i rappresentanti della comunità islamica, o contattando il giornalista che si occupa di questi temi, per dare un quadro più ampio sulle vicende trattate».

Queste fonti presentano però alcuni aspetti problematici. In alcuni casi le associazioni sono molto attive: segnalano alle redazioni numerose iniziative di comunicazione interculturale da loro organizzate, come per esempio feste, eventi ed incontri con la cittadinanza. In questi casi il problema è filtrare tutte queste segnalazioni per individuare gli eventi maggiormente notiziabili, che sono in genere quelli capaci di stimolare un'ampia partecipazione da parte della cittadinanza (le iniziative che attirano uno scarso pubblico o dove partecipano solo persone immigrate sono invece considerate autoreferenziali e, di conseguenza, giudicate di scarso interesse per gli spettatori). In altri casi, tuttavia, le associazioni non comunicano con i giornalisti, i quali spesso giungono a conoscenza di eventi potenzialmente di interesse giornalistico grazie alle segnalazioni provenienti da altri cittadini o dal dibattito politico che accompagna alcune di queste manifestazioni (è questo il caso, in particolare, degli eventi di carattere religioso).

Un altro aspetto problematico è che, molte di queste associazioni o comunità, sono molto frammentate e scarsamente strutturate. Come ha spiegato un giornalista:

«Spesso queste associazioni sono realtà molto piccole e provinciali. Noi facciamo riferimento, ad esempio, alla comunità legata al mondo islamico o alla comunità rumena, però è difficile pensare che i loro esponenti rappresentino l'intera comunità islamica o l'intera comunità di cittadini rumeni che sono presenti su questo territorio».

Alcune comunità di immigrati sembrerebbero maggiormente propense a strutturarsi in associazioni, mentre altre non sono dotate di queste forme organizzative. Questo può rappresentare un problema per i giornalisti che vorrebbero approfondire determinati temi o eventi raccogliendo il loro punto di vista. Per poter gestire in modo più efficace i rapporti con le redazioni e con le istituzioni locali, le associazioni di immigrate dovrebbero dunque strutturarsi maggiormente ed inserirsi in percorsi formativi che favoriscano un approccio più professionale alla comunicazione con questi soggetti. Nelle parole di un soggetto intervistato:

«Servirebbe un'informazione più organica da parte del mondo dell'immigrazione, qualcuno che sappia fare il mestiere di veicolare le notizie. Come le grandi aziende hanno creato i loro uffici stampa, servirebbe qualcuno che si occupi di comunicazione anche all'interno delle comunità dei migranti, perché non ci si può improvvisare comunicatori. Magari potrebbero seguire percorsi formativi in ambito comunicativo. Noi cerchiamo sempre di trovare il tempo per andare ad incontrare queste comunità, ma sarebbe bello anche ricevere maggiori spunti da parte loro, tipo: "è successa questa cosa, noi vorremmo farvi sapere che cosa ne pensa la nostra comunità"».

Alcuni intervistati hanno evidenziato come l'informazione sulle persone immigrate impieghi spesso stereotipi in quanto consentono di semplificare le vicende narrate e di suscitare maggiormente l'interesse del pubblico. Gli stereotipi, in questi casi, possono essere sia di tipo negativo (come per esempio quello sull'immigrato "criminale") sia di tipo "paternalistico" (come quello che dipinge il migrante sempre come un "povero" che sfugge alla fame e alle guerre). Come ha spiegato un giornalista, usare stereotipi è un modo per rendere più semplice il lavoro giornalistico e più efficace il suo messaggio. Evitare di impiegare luoghi comuni richiede molti sforzi. Nelle parole dell'intervistato:

«Il mestiere del giornalista è la semplificazione fatta ad arte. Io dico sempre: semplificare va bene, ma non bisogna essere semplicistici. [...] Noi proviamo sempre a non usare gli stereotipi, [...] per noi è uno sforzo quotidiano. Non dobbiamo cadere nella tentazione di dipingere tutto come brutto, nero o cattivo. Ma neppure di dipingere l'immigrato come "il poverino". Perché anche questa è una connotazione negativa. [...] Al centro deve esserci la persona. Se si parte da questo assunto, gli stereotipi sono più facili da sconfiggere. [...] È importante fare capire, o almeno intuire, al pubblico che c'è dell'altro al di là dell'immigrato "poverino" o di quello "cattivo". Non è tutto bianco o tutto nero. Come non è vero che se nel tuo telegiornale non racconti mai gli episodi di cronaca che li riguardano, allora gli immigrati sono tutti buoni. Vale anche il contrario, ovviamente».

Nelle redazioni degli intervistati non lavora nessun giornalista di origine straniera. Sono presenti, in alcuni casi, delle persone immigrate, ma ricoprono altri ruoli, come per esempio quello di operatore. In passato, però, alcune redazioni interpellate hanno realizzato buone pratiche di progetti interculturali che hanno visto il coinvolgimento di persone di origine straniera nelle attività di redazione. Sono state create rubriche e trasmissioni specializzate nella copertura di tematiche legate all'immigrazione, descritte in chiave molto positiva dalle persone intervistate. Un giornalista, per esempio, ha parlato di un progetto, avviato grazie alla partecipazione della sua televisione alla rete MIER, la rete dei media interculturali dell'Emilia-Romagna, che ha portato diversi ragazzi di origine straniera all'interno della redazione. Questi ragazzi non erano giornalisti professionisti, ma sono stati molto attivi ed efficaci nel trovare storie da raccontare e nel realizzare i relativi servizi. Un altro giornalista ha raccontato di come la sua televisione, in passato, abbia trasmesso alcune produzioni realizzate da associazioni culturali di persone straniere, produzioni incentrate su temi di interesse per le comunità presenti sul territorio. Tutti questi progetti, tuttavia, erano stati posti in

essere con il sostegno delle istituzioni locali, sostengo che, come è stato più volte sottolineato, è stato ridotto in tempi recenti. Come ha spiegato un soggetto intervistato:

«Mi sembra che ultimamente sia un po' calata l'attenzione su questi temi. Però siamo sempre qui, con le orecchie tese, per vedere se c'è la possibilità di fare qualcos'altro. Servirebbe una partnership forte che porti alla collaborazione tra diversi soggetti: il mondo del volontariato, del sociale, i media e le istituzioni pubbliche. Dovrebbero essere maggiormente coinvolte anche le associazioni di categoria, perché spesso è da loro che arrivano gli stimoli per raccontare in modi alternativi il ruolo degli immigrati nella nostra economia».

Quasi tutti gli operatori intervistati condividono i principi contenuti nella Carta di Roma, il protocollo deontologico che contiene, tra le altre cose, indicazioni per i giornalisti sui termini appropriati da impiegare quando trattano vicende relative ai migranti. Il protocollo, per esempio, invita i giornalisti a non utilizzare termini impropri come “clandestino” e chiarisce le differenze tra lo status di migrante “irregolare”, di richiedente asilo e di rifugiato. Un solo soggetto intervistato ha espresso una posizione differente, spiegando che, a suo avviso, i principi della carta sono condivisibili “in linea teorica”, mentre in pratica, nel corso del lavoro quotidiano dei giornalisti, questi principi sono molto difficili da applicare, anche perché l'uso di termini giudicati impropri spesso è maggiormente efficace dal punto di vista comunicativo. Nelle sue parole:

«Nella pratica questi principi non si applicano, perché chiamare “clandestino” un immigrato oggi non è un'offesa. Fa invece parte del gergo comune e consente di identificare subito questa persona come qualcuno che è arrivato su un barcone. Se dovessimo usare l'espressione “un immigrato che è salito sul barcone ed è sbarcato a Lampedusa” diventa tutto più complesso».

Gli altri intervistati hanno invece dimostrato una maggiore condivisione di questi principi, anche se hanno comunque evidenziato difficoltà nell'adottare un linguaggio “politicamente corretto” nel corso del loro lavoro quotidiano. L'elemento della nazionalità di una persona coinvolta in fatti di cronaca, per esempio, consente di fornire allo spettatore un'informazione più completa. Come ha spiegato un giornalista:

«Noi non abbiamo mai cavalcato le campagne nazionali, come quella sui Rom, ad esempio. Non abbiamo mai criminalizzato nessuna etnia. Il fatto di cronaca è un fatto in sé, e non esiste alcuna aggravante per il fatto di essere uno straniero. Come diciamo ‘piacentino arrestato perché rubava all'Outlet’ o ‘napoletano arrestato per spaccio’, capita anche di dire “marocchino fermato con della droga”. La provenienza è un'informazione in più».

I giornalisti sono consapevoli che questo può generare l'effetto perverso dell'identificazione di determinate nazionalità con presunte attitudini criminali, e dunque cercano di trattare l'elemento della nazionalità come una caratteristica tra le altre (come, per esempio, l'età del soggetto o la sua professione). Non ritengono tuttavia opportuno evitare di fare riferimento alla nazionalità, in quanto porterebbe ad un'informazione non completa. Nelle parole di un intervistato:

«Noi cerchiamo sempre di trattare la nazionalità come una caratteristica tra le altre. Per esempio, non diciamo “la bicicletta è stata rubata da un albanese”, ma diciamo “la bicicletta è stata rubata da una persona di circa vent'anni, che è originaria dell'Albania”. È la stessa cosa dire, “la signora è stata aiutata da un ragazzo di vent'anni che arriva dal Bangladesh”. L'importante è non identificare la persona con il luogo dal quale proviene. Proviamo ad avere un'attenzione per la persona, che secondo me è una questione prioritaria».

In conclusione, dalle interviste con gli operatori dell'informazione emerge come la prevalenza della cronaca dipenda principalmente da logiche strutturali dell'informazione giornalistica. Le forze dell'ordine svolgono il loro ruolo di fonti di informazione in modo efficace e professionale, fornendo alle redazioni informazioni che si prestano ad essere trattate giornalmisticamente in modo ottimale. In particolare, le redazioni locali devono confrontarsi spesso con scarse risorse e personale ridotto, e questo tipo di notizie necessita di minori sforzi organizzativi: dal momento che provengono da fonti autorevoli, per esempio, è necessario un minor lavoro di verifica delle informazioni. Queste fonti sono inoltre particolarmente attive, non sono cioè i giornalisti che devono cercare le fonti, ma sono queste ultime a fornire ai giornalisti materiale che può essere facilmente ed utilmente trasformato in notizia. La cronaca, inoltre, è un argomento di particolare interesse per il pubblico.

Notizie su altri temi, come quelle sul ruolo delle persone immigrate nell'economia del territorio o le storie di casi positivi di migranti che riescono ad integrarsi bene nel tessuto sociale ed economico, necessitano di maggiori sforzi organizzativi per produrre approfondimenti giornalmistici. Al fine di favorire la produzione di questo tipo di notizie, può dunque essere utile supportare la strutturazione delle associazioni di immigrati e la loro professionalizzazione sui temi della comunicazione, come anche il rafforzamento della cooperazione tra diversi attori sociali, come le associazioni di categoria, l'associazionismo, le redazioni giornalmistiche e le istituzioni locali.

Capitolo 4

I risultati dei focus group

In questo capitolo sono illustrati i risultati del focus group condotto con esponenti dell'associazionismo e di quello condotto con persone immigrate. Entrambe le discussioni hanno affrontato, in primo luogo, il tema della rappresentazione delle persone immigrate sui media locali dell'Emilia-Romagna. I partecipanti dei due focus group hanno confermato la centralità della cronaca, tendenza emersa anche nelle altre fasi della ricerca. Hanno infatti sottolineato come, quando i media locali parlano di persone immigrate, questi parlino prevalentemente di furti, violenza sessuale, sbarchi di clandestini, prostituzione e, più in generale, del disagio sociale determinato dai comportamenti di alcune persone immigrate. Come ha sottolineato una partecipante di origine straniera:

“Quando si parla di immigrazione, in prima pagina si parla sempre di furti e prostituzione. Si parla anche delle leggi sull'immigrazione e, ultimamente, della cittadinanza. [...] Ma l'argomento centrale è il disagio sociale. L'immigrato crea sempre disagio sociale: si dice che ruba il lavoro o che è un peso per la società. Non viene mai valorizzato per ciò che è o per ciò che fa. Viene sempre sottolineato, per esempio, che gli immigrati vanno sempre a chiedere l'assistenza al Comune. Ma non si parla mai dell'immigrato che crea la sua famiglia e contribuisce all'economia del paese con il suo lavoro. Questo viene messo sempre in secondo piano”.

Da più parti è stato confermato che l'informazione giornalistica tende a ridurre l'immigrato all'interno di una cornice quasi esclusivamente incentrata sulla problematicità, sottolineando come l'assenza di notizie che descrivano gli immigrati in chiave maggiormente positiva crei un'immagine dello straniero come persone violenta, immagine che genera timore nella società italiana. Nelle parole di un altro partecipante:

“Quando si parla di stranieri si parla sempre di delinquenza, si parla di qualche fatto di cronaca e basta. Non si parla del contributo che danno gli stranieri alla città, perché fa più notizia la cronaca, che consente di dare la colpa alla persona che viene da fuori”.

Le modalità adottate dal giornalismo che si occupa di cronaca locale tendono a colpevolizzare il gruppo nazionale, piuttosto che l'autore di crimini o fatti illeciti. Questo avviene soprattutto quando, al posto di indicare l'autore dei crimini per nome e cognome, si usano espressioni come "il marocchino" o "l'albanese".

Pur confermando la prevalenza di notizie di tipo negativo, i partecipanti hanno espresso una visione piuttosto articolata sul modo in cui i media locali trattano le notizie sulle persone immigrate. È stato infatti sottolineato da più parti come venga dedicato uno spazio, giudicato comunque come insufficiente, anche ad altre tematiche, come la questione della cittadinanza delle seconde generazioni o la discussione sulla legge sull'immigrazione. Un partecipante, per esempio, ha riconosciuto che quando le associazioni di immigrati organizzano iniziative sull'integrazione o sulla convivenza civile tra immigrati ed autoctoni, queste trovano un qualche spazio sui giornali locali. Emerge comunque con forza la percezione di una sorta di disparità di trattamento, determinata dal fatto che i media locali tendono a privilegiare le notizie negative rispetto a quelle positive. Nelle parole del partecipante:

“Quando le associazioni di immigrati organizzano qualche evento, il giorno dopo sui giornali troviamo solo un trafiletto. Se invece succede che un cittadino straniero malmena la moglie o è in conflitto con la figlia per via di un matrimonio combinato, questo lo trovi in prima pagina sull'edizione nazionale del Resto del Carlino. [...] Le associazioni fanno tante attività importanti che dovrebbero essere maggiormente conosciute, noi mandiamo dei comunicati stampa, ma i giornalisti non vengono a filmare i nostri eventi. Se invece succede un fatto di cronaca nera o si crea un problema di sicurezza pubblica, tutti i giornalisti vanno per produrre un servizio”.

Articolate sono anche le spiegazioni sulle motivazioni che spingerebbero l'informazione giornalistica a privilegiare la cronaca di atti criminali o di illegalità. Secondo una ragazza di origine straniera che rappresenta un'associazione, è soprattutto a causa della profonda crisi economica e delle forti tensioni sociali che caratterizzano questi ultimi anni che i media locali tendono a rappresentare gli immigrati in chiave negativa: questi fungerebbero da "capro espiatorio", ed i loro diritti e doveri costituirebbero una sorta di terreno di scontro sul quale si combatte una "guerra tra poveri". Come ha approfondito la partecipante:

“Questo succede innanzitutto perché siamo in una situazione di crisi. Gli italiani stessi hanno delle problematiche, siamo tutti in difficoltà in questo periodo. Quindi mettere al centro

dell'attenzione lo straniero, l'immigrato, fa sì che le tensioni si concentrino su di lui. Viene sempre identificato lo straniero che ruba, e allora si dice: 'perché non se ne va a casa sua?'. [...] Oppure, si accusa lo straniero dicendo che viene qui a rubare il lavoro, o che viene qui per approfittarsi dei diritti italiani. Ma questo non è vero. Bisogna che emerga una visione più approfondita su queste questioni [...] Anche perché si crea una guerra tra poveri. Questa è una questione che mi dà veramente fastidio. Al posto di valorizzare il multiculturalismo per creare dialogo e intercultura, si va sempre a cercare un'immagine negativa”.

Sono emerse altre interpretazioni sulle motivazioni di questa tendenza dell'informazione giornalistica. Un partecipante, per esempio, ha approfondito la percezione che questo dipenda dalla politicizzazione dei media locali, percezione emersa anche in un ridotto numero di casi relativi alle interviste strutturate con persone immigrate. In quest'ottica, le linee editoriali dei principali media giornalistici presenti sul territorio rispecchierebbero le posizioni politiche sui temi dell'immigrazione dei partiti ai quali sarebbero legati. Secondo un esponente di un'associazione locale, invece, l'immagine negativa degli immigrati offerta dai media “rispecchia l'opinione di una parte della società”, opinione che, a sua volta, deriva anche dalla “cattiva informazione” che viene fatta sulle persone immigrate. Si crea, dunque, “un circolo vizioso” che alimenta, tramite un meccanismo a spirale, il pregiudizio sullo straniero.

Mentre i media *mainstream*, come le principali testate televisive ed i principali giornali presenti sul territorio, sono descritti come eccessivamente politicizzati e fortemente condizionati dall'esigenza di “parlare alla pancia del paese”, i nuovi media, come per esempio alcune testate informative online, sono spesso descritti come portatori di un approccio più aperto all'intercultura e come fautori di un'informazione più obiettiva sulle persone immigrate. A questo proposito, in diverse occasioni i media online sono stati descritti come una sorta di “spazio alternativo” nel quale “rifugiarsi” per fruire, ma anche per produrre, un'informazione alternativa sull'immigrazione. L'insoddisfazione per la copertura giornalistica dei media tradizionali che è emersa nei focus group, così come la maggiore fiducia nei media digitali, possono spiegare l'elevato numero di persone straniere intervistate che si informano sui fatti locali prevalentemente attraverso Internet (cfr. Capitolo 2).

Affinché possa diffondersi una rappresentazione più corretta e completa dell'immigrazione, secondo i partecipanti i media locali dovrebbero dare maggiori possibilità alle persone straniere di far sentire la propria voce, in modo che si possa aprire un confronto e rafforzare la dialettica con il resto della società italiana. Come ha spiegato una persona immigrata, “io trovo insopportabile vedere che ci sono programmi di informazione che parlano di immigrazione senza un immigrato” che possa spiegare il suo punto di vista. Per un'altra persona straniera:

“I mass media dovrebbero ospitare dei dibattiti dove gli immigrati possono raccontare la loro esperienza di vita. Questo ci consentirebbe di aprirci, perché se ci chiudiamo nelle nostre comunità le cose non funzionano. Bisogna erodere i confini che ci dividono, confini che sono posti da entrambe le parti. Questo consentirebbe di eliminare il pregiudizio che ostacola il rapporto tra l’immigrato e chi lo ospita”.

I media locali potrebbero inoltre “rendere protagonisti” le persone immigrate ospitando rubriche dedicate alle loro storie e alle loro culture. In realtà, sono state citate diverse esperienze positive di iniziative supportate dalle istituzioni e dagli enti locali dell’Emilia-Romagna per favorire la produzione di servizi giornalistici da parte di giovani di origine straniera. Queste iniziative, che trovano spesso attuazione tramite la creazione di pubblicazioni, siti Internet e rubriche dedicate all’interculturalità all’interno delle televisioni locali, dovrebbero tuttavia essere incrementate e trasformate in esperienze maggiormente stabili e continuative. È stato inoltre puntualizzato come le trasmissioni informative o le rubriche dedicate dovrebbero invitare immigrati che siano ben preparati sui temi trattati, e non solamente persone che si adattino allo stereotipo “buonista” dell’immigrato che vive in una situazione di disagio e difficoltà. Nelle parole di un partecipante:

“Non basta essere un immigrato per essere titolato a parlare di immigrazione. [...] Faccio un esempio. Le televisioni hanno chiamato in diverse occasioni la mia associazione per invitare dei protagonisti, delle persone su cui costruire delle storie e dei servizi. Però, purtroppo, cercavano sempre un immigrato ‘sfigato’ per poter fare, a dir loro, una rappresentazione più veritiera dell’immigrazione. Cercavano sempre un immigrato che non è riuscito a realizzarsi. Io mi sono sempre rifiutato di segnalare delle persone per questi scopi”.

Dal precedente stralcio di discussione è emerso un punto importante. Al fine di combattere gli stereotipi, sia quelli “negativi” che quelli animati da “paternalismo”, i media dovrebbero dare maggiore spazio a storie “positive”, a casi, per esempio, di integrazione sociale e lavorativa ben riuscita:

“dovrebbero intervistare i giovani che hanno fatto un percorso universitario. Potrebbero diventare degli imprenditori. Non ho mai visto uno studente universitario marocchino o cinese che, una volta finito il suo percorso di studi, siede a una tavola rotonda e spiega il suo progetto per creare qualcosa qui in Italia. Queste cose non si vedono in televisione”.

Parlare, dunque, di immigrati che diventano imprenditori oppure, più in generale, del valore economico del loro lavoro, di quanto contribuiscono alla tenuta del sistema pensionistico italiano o del loro ruolo nel mondo del volontariato. Molti dei partecipanti ai due focus group, per esempio, sono molto attivi nell'associazionismo e nel volontariato. Vorrebbero che venissero raccontate storie di persone come loro, persone che lavorano, che si impegnano in progetti per migliorare la città in cui vivono, persone che hanno dei figli che sono nati in Italia e che sono perfettamente integrati nel tessuto scolastico, che frequentano i luoghi di aggregazione assieme ai figli di famiglie di origine italiana e fanno parte dello stesso tessuto sociale. Come ha spiegato una donna di origine straniera:

“I mass media non dovrebbero parlare solo delle cose brutte. Ci sono tantissimi ragazzi stranieri che passano le loro giornate con gli italiani, vanno con loro all'oratorio o giocano a calcio con loro. Perché i giornalisti non vanno in questi luoghi e non fanno un servizio? Perché non trasmettere questi esempi positivi? Possono essere utili, perché magari si capisce che si possono favorire queste dinamiche anche in altre parti della città. [...] Perché, altrimenti, è ovvio che quelle persone che sono sempre chiuse in casa a vedere la televisione, come per esempio molti anziani, poi pensano che gli stranieri siano dei mostri”.

Dedicare spazio anche a queste storie, agli aspetti positivi dell'immigrazione, può sicuramente aiutare le persone immigrate a sentirsi parte della società che li ospita. Come ha spiegato un partecipante, se i mass media non emarginano gli immigrati, saranno gli stessi immigrati, per esempio, i primi a denunciare chi – straniero o non – viola le regole della città. Perché loro nelle città dell'Emilia-Romagna ci vivono e ci lavorano, e ci tengono dunque al “rispetto della città”.

I partecipanti vorrebbero dunque che i media locali parlassero di immigrazione anche in relazione ad altri temi, oltre alla cronaca: lavoro, tasse, volontariato, diritti e doveri. Vorrebbero che venisse dedicato maggiore spazio agli approfondimenti sulle loro culture d'origine e agli eventi che organizzano le loro associazioni per aprire un dialogo con il resto dei cittadini. Il tema che è però emerso con maggior forza è quello delle seconde generazioni. Una donna originaria del Marocco ha spiegato che, secondo lei, i mass media dovrebbero approfondire le difficoltà che incontrano i loro figli:

“I mass media dovrebbero trattare la questione della cittadinanza, facendo un confronto anche con gli altri paesi europei. [...] Perché un bambino che nasce da una coppia di immigrati in Italia deve aspettare diciotto anni per avere la cittadinanza? E se i genitori perdono il lavoro a causa della crisi economica, chi spiega al bambino - che è ben integrato, che ha i suoi amici qui

- che dobbiamo andarcene da questo paese? Lui ti risponde: ‘ma come, ma non è questo il nostro paese?’. Perché per lui il Marocco è solo un posto dove andiamo a passare le vacanze, la sua vita è qui”.

Il tema dell’identità delle seconde generazioni, considerato come un aspetto che dovrebbe essere approfondito dai media locali, è emerso in diverse occasioni. Una giovane ragazza, anch’essa di origine marocchina, ha espresso molto bene questi concetti, spiegando che i ragazzi delle seconde generazioni si sentono “due volte stranieri”, in quanto si sentono stranieri sia qui in Italia che nei loro paesi d’origine:

“Io credo che sia grave che uno studente che faccia il suo percorso formativo tutto in Italia, partendo dalle scuole medie fino all’Università, non possa partecipare ad un concorso pubblico, o non possa anche solo fare richiesta per uno scambio Erasmus, perché non ha la cittadinanza italiana. Ci sono troppe barriere e questi giovani si trovano in difficoltà. Dentro di sé, il giovane si chiede: ‘ma io chi sono? Quale società appartengo?’ Io studio qui, il mio futuro lo vedo qui, però la società dove vivo non mi riconosce. Se vado nel mio paese d’origine, il Marocco, non mi riconoscono neanche lì, perché io, per loro, sono “la ragazza occidentale”. Credo ci sia una doppia assenza, da entrambe le parti. Il paese dove vivo non mi riconosce, ma allo stesso tempo non mi riconosce neanche il paese dei miei genitori. Quindi divento due volte straniera. Vorrei che ci fossero più opportunità di dialogo e confronto”.

Sempre a proposito di seconde generazioni, diversi partecipanti hanno sottolineato come sarebbe necessario incrementare le iniziative di comunicazione interculturale all’interno delle scuole, in modo che i compagni di questi bambini e ragazzi possano avere una conoscenza più approfondita sulle loro culture o sulle difficili situazioni che stanno attraversando alcuni dei loro paesi d’origine. Questo aiuterebbe a contrastare alcuni atteggiamenti di diffidenza che sono presenti all’interno delle aule scolastiche.

Molti dei partecipanti ad entrambi i focus group fanno parte di associazioni di immigrati, associazioni che organizzano tante iniziative, molte delle quali incentrate sul tema dell’interculturalità. Relazionarsi con i giornalisti per pubblicizzare le proprie iniziative e offrire un punto di vista “alternativo” sulle vicende e sui temi legati all’immigrazione è considerata una priorità. Come riconosciuto dagli stessi esponenti delle associazioni di immigrati, se le loro iniziative non ricevono un’adeguata copertura giornalistica non è solo colpa dei media locali, ma è anche responsabilità delle stesse associazioni, che non fanno abbastanza per gestire in modo professionale i rapporti con la stampa. Come ha spiegato un partecipante, non si può pretendere che

i giornalisti vadano a cercare le associazioni per scoprire se stanno organizzando qualche iniziativa, ma sono le associazioni che devono capire che devono fare di più anche loro, che devono essere loro a cercare i giornalisti. È dunque emerso il bisogno di una maggiore formazione nell'ambito della comunicazione. Specifici corsi potrebbero essere organizzati per formare queste associazioni a predisporre efficacemente comunicati stampa o per favorire la creazione e la gestione professionale di siti web o pagine su Facebook. Un partecipante ha inoltre suggerito che i Comuni richiedano alle associazioni che vogliono accreditarsi presso le strutture pubbliche di indicare dei referenti per le attività legate alla comunicazione e alle relazioni istituzionali.

Le dinamiche di interazione tra l'associazionismo degli immigrati e le istituzioni medialità o pubbliche sono già facilitate dai centri interculturali, che appaiono essere un ottimo esempio di buona pratica per favorire la comunicazione interculturale ed il bisogno delle istituzioni di relazionarsi con associazioni di stranieri maggiormente strutturate. I giornalisti, per esempio, spesso contattano il centro interculturale di Reggio Emilia, Mondinsieme, per capire con chi parlare se hanno bisogno di raccogliere storie, o anche solo per raccogliere il punto di vista di un esponente di una determinata comunità di stranieri da inserire in una notizia su una tematica che li riguarda.

Altri suggerimenti per favorire la comunicazione interculturale riguardano la creazione di un portale web unico per le associazioni di immigrati dell'Emilia-Romagna, uno spazio Internet ben strutturato e gestito in modo professionale che possa aiutare le associazioni a far conoscere le proprie iniziative ad un pubblico più ampio. Mettere le associazioni "in rete" permetterebbe inoltre di favorire lo scambio di esperienze e di buone pratiche anche tra le stesse associazioni di stranieri.

Per quanto riguarda gli sportelli informativi per stranieri, la discussione nei due focus group ha sostanzialmente confermato quanto già emerso dalle interviste strutturate con persone immigrate. È confermato, in particolare, il ruolo centrale del passaparola per la circolazione delle informazioni su questi sportelli, che non risultano essere oggetto di una comunicazione istituzionale di tipo strutturato. Come ha spiegato un esponente di un'associazione che gestisce diversi sportelli sul territorio emiliano-romagnolo:

“Se una persona viene da noi, e noi risolviamo il suo problema, allora quella persona lo dice in giro. Per esempio, per ottenere la cittadinanza, di solito, sono necessari due anni. Io, sollecitando il Ministero, ho fatto avere la cittadinanza a tre persone nel giro di sei mesi. Capisci bene che il messaggio si è diffuso ed è arrivato ad altre persone immigrate”.

Un'altra testimonianza di quanto le informazioni sugli sportelli circolino prevalentemente attraverso gli utenti soddisfatti del servizio è stata portata da una persona di origine ucraina. Questa persona, una volta arrivata in Italia, è stata indirizzata allo sportello del Comune dalla Questura, dove si era

rivolta per il permesso di soggiorno. Nonostante all'inizio parlasse solo l'inglese, non ha avuto alcun problema a relazionarsi con il personale della questura e con quello dello sportello. Come emerge dal seguente stralcio della discussione, la soddisfazione per i servizi ricevuti ha motivato l'utente a parlare dello sportello con i connazionali e con altre persone immigrate, pubblicizzandone i servizi e rendendosi disponibile ad accompagnare allo sportello le persone che hanno maggiori difficoltà linguistiche:

“Io mi rivolgo spesso all'ufficio stranieri del comune, dove ci sono ragazzi molto preparati, gentilissimi e capaci di dare una risposta, sia via mail che di persona, su tutte le cose che riguardano gli stranieri: dal permesso di soggiorno, a come iscrivere il bambino a scuola. Lì trovi una risposta per tutto. Ai miei compaesani racconto tutto. Chi mi conosce sa che c'è questo sportello”.

Le discussioni hanno inoltre confermato che gli aspetti maggiormente problematici degli sportelli informativi riguardano le lunghe code e, soprattutto, i giorni e gli orari di apertura. Molti utenti richiedono che gli sportelli siano aperti anche il sabato mattina, in modo che possano usufruire dei servizi anche i lavoratori. Come ha spiegato un partecipante: “il problema è quello degli orari: perché la maggior parte degli immigrati lavora dalle otto di mattina alle sei di sera, e quando escono dal lavoro gli sportelli sono tutti chiusi”. Un altro aspetto, già emerso nel corso delle precedenti fasi della ricerca, è la necessità di una maggiore semplificazione della modulistica, che dovrebbe utilizzare un linguaggio più chiaro.

Un numero limitato di partecipanti ha infine sollevato la questione della preparazione del personale, in quanto alcuni di loro hanno avuto esperienze di indicazioni sbagliate ricevute dai mediatori culturali o dal personale dello sportello. Come sottolineato da un partecipante, ricevere le informazioni corrette è fondamentale per le persone immigrate, perché – nelle sue parole – “se parliamo, per esempio, del permesso di soggiorno, stiamo parlando del futuro della loro famiglia. Basta un errore banale e si mette nei guai l'utente”.

Capitolo 5

Osservazioni conclusive sull'efficacia della comunicazione istituzionale e sulla rappresentazione mediale dell'immigrazione

I risultati emersi dalle varie fasi di questa ricerca consentono di avanzare qualche considerazione sull'efficacia della comunicazione istituzionale degli sportelli informativi per stranieri. Questi servizi appaiono sicuramente come una buona pratica. Le persone straniere che conoscono gli sportelli ne utilizzano frequentemente i servizi e, generalmente, sono molto soddisfatte delle prestazioni ricevute. Il livello di soddisfazione nei confronti della completezza delle informazioni ottenute, della cortesia e della chiarezza del personale appare infatti molto elevato (cfr. Capitolo 2). Ciò che viene maggiormente apprezzato, oltre all'utilità generale di un servizio pensato per aiutare gratuitamente le persone straniere a relazionarsi con gli apparati burocratici degli enti locali, è la capacità di ascolto del personale, generalmente giudicato come molto disponibile ad aiutare gli utenti a compilare moduli e pratiche che, spesso, sono molto complicate e difettano di chiarezza. Più che un rafforzamento delle lingue parlate dal personale o una traduzione della modulistica o della comunicazione istituzionale nelle lingue maggiormente parlate nei territori, gli utenti preferirebbero un maggiore sforzo per la semplificazione delle pratiche delle amministrazioni locali. Gli aspetti meno apprezzati di questi servizi sono di tipo organizzativo. In primo luogo i tempi di attesa, giudicati troppo lunghi da molti intervistati che suggeriscono di incrementare il personale in organico per poter meglio servire i numerosi utenti. È inoltre emersa, seppur da una quota minoritaria di intervistati, la richiesta di prevedere anche dei servizi su appuntamento. Il problema maggiormente sentito è quello dei giorni e degli orari di apertura che, in particolare nei Comuni di dimensioni medio-piccole - dove gli sportelli informativi sono aperti solo poche ore a settimana - renderebbero difficile la fruizione dei servizi per gli utenti lavoratori. È inoltre emersa la richiesta di una maggiore presenza di personale di origine straniera.

La comunicazione istituzionale relativa a questi servizi presenta invece maggiori criticità. In particolare nel caso dei Comuni di dimensioni più ridotte, gli enti locali non hanno la possibilità di implementare delle vere e proprie campagne di comunicazione ben strutturate per comunicare questi servizi. Questi servizi sono dunque comunicati principalmente attraverso il passaparola, indicato dal 69% degli intervistati come il canale informativo tramite il quale hanno conosciuto gli sportelli (cfr. Cap 2) Il passaparola si diffonde all'interno delle comunità di stranieri principalmente attraverso gli utenti che, soddisfatti del servizio, ne parlano con i loro connazionali. Le reti

interpersonali si sono dimostrate di grande utilità. È infatti emerso come, in alcuni casi, persone che non parlano bene l'italiano si facciano accompagnare da conoscenti presenti in Italia da più tempo per facilitare l'interazione con gli operatori. Molti utenti conoscono questi servizi anche grazie alle indicazioni fornite dal personale degli altri uffici del Comune o di altre istituzioni, come la Questura, dove si recano spesso le persone straniere per sbrigare le pratiche relative al permesso di soggiorno. Il livello di conoscenza di questi servizi rilevato dalla presente indagine appare abbastanza soddisfacente, ma l'informazione sugli sportelli arriva solo ad una parte dei suoi potenziali utenti. Persone meno inserite nelle reti sociali e nelle comunità di stranieri rischiano di non essere nelle condizioni di poter cogliere queste opportunità.

In molti casi, la comunicazione istituzionale di questi servizi si limita all'affissione di manifesti o nella distribuzione di volantini negli uffici del comune, oltre che nella predisposizione di specifiche pagine web ospitate nei siti Internet dei comuni. Solo un numero limitato di utenti, tuttavia, visita queste pagine web. In alcuni casi, queste pagine offrono poche informazioni basilari (sui giorni e sugli orari di apertura degli sportelli, sulla loro ubicazione, sui principali servizi e poco altro). Queste pagine, inoltre, sono spesso difficili da trovare all'interno delle strutture complesse e labirintiche di alcuni siti web istituzionali, e questo può sicuramente presentare delle difficoltà di accesso per persone con ridotte capacità linguistiche e poca familiarità con i media digitali.

Come è possibile migliorare la comunicazione istituzionale di questi servizi? Gli intervistati hanno indicato come mezzi maggiormente efficaci i manifesti ed i volantini distribuiti al di fuori degli enti locali, per esempio per le strade della città. Sono considerati canali comunicativi efficaci anche le pagine o i gruppi su Facebook. I mezzi di comunicazione di massa, come la televisione o i giornali, sono stati indicati da un significativo numero di intervistati, ma sembrano essere considerati meno efficaci rispetto a canali comunicativi generalmente considerati meno "accattivanti", come l'organizzazione di incontri con la cittadinanza o altri tipi di iniziative per pubblicizzare maggiormente questi servizi.

Nel corso della ricerca sono state segnalate da parte degli intervistati e dei partecipanti ai focus group numerosissime numerose iniziative di comunicazione interculturale poste in essere grazie al supporto degli enti e dalle istituzioni locali. La Regione, per esempio, supporta la creazione di "reti" che possano favorire lo scambio di esperienze e buone pratiche tra i tanti attori impegnati nella comunicazione interculturale, come i media interculturali dell'Emilia-Romagna o i centri interculturali presenti nelle principali città del territorio. Queste strutture, spesso fondate con il supporto dei Comuni, svolgono un ruolo molto importante nel favorire una maggior strutturazione delle associazioni di immigrati, mettendo a disposizione spazi, strumenti e professionalità per supportarne la progettualità o l'organizzazione di varie iniziative di comunicazione interculturale,

come i workshop organizzati nelle scuole, la produzione di prodotti culturali o di progetti audiovisivi. Chi partecipa a queste iniziative è generalmente molto soddisfatto (cfr. Cap. 2) e tende a segnalarle come buone pratiche (cfr. Cap. 3 e 4). Anche nel caso dei centri interculturali e delle iniziative di comunicazione organizzate dall'associazionismo, tuttavia, emerge il rischio di un'eccessiva autoreferenzialità. Chi conosce queste realtà mostra una discreta partecipazione ed un grande entusiasmo nei confronti della loro utilità sociale, ma talvolta gli eventi e le attività organizzate sono poco conosciute dalla cittadinanza di origine straniera e non. Poco più del 20% delle persone straniere intervistate, per esempio, è conoscenza del fatto che nella sua città è presente un centro interculturale (cfr. Fig. 33). L'organizzazione di eventi capaci di attirare l'attenzione di un'ampia parte della cittadinanza e, soprattutto, di coinvolgere anche cittadini di origine italiana potrebbe sicuramente ampliare la conoscenza di queste strutture e consentire di attirare maggiormente l'interesse delle redazioni giornalistiche.

I risultati di questa ricerca confermano quanto emerso anche dai precedenti monitoraggi sulla rappresentazione delle persone immigrate sui media locali dell'Emilia-Romagna. In primo luogo, è confermata la centralità della cronaca e, in particolare, delle notizie su episodi di criminalità o di disagio sociale che vedono coinvolte persone straniere. Questo determina un'immagine dell'immigrato fortemente negativa ed inserita all'interno di una cornice di problematicità. Come spiegato dai direttori e dai giornalisti dei telegiornali, la prevalenza della cronaca nella narrazione delle persone straniere dipende dalle logiche strutturali a cui è sottoposta l'informazione giornalistica. La maggior parte della produzione informativa dei telegiornali locali è incentrata sulla cronaca, anche perché questo è uno dei temi di maggior interesse per il pubblico a cui si rivolgono. Anche le fonti di informazione svolgono un ruolo determinante. Le forze dell'ordine rappresentano per i giornalisti una fonte autorevole, e le informazioni indirizzate ai media possono essere facilmente trasformate in notizia senza la necessità di eccessivi sforzi organizzativi. Questo anche perché le forze dell'ordine comunicano in modo molto efficace e professionale. Appositi percorsi formativi sui temi della comunicazione e dei rapporti con i media rivolti alle associazioni di migranti, ai media interculturali e ai centri interculturali potrebbero consentire a questi attori di svolgere un ruolo più centrale nella comunicazione giornalistica sui temi dell'immigrazione (cfr. cap. 3 e 4).

Le persone immigrate coinvolte in questa ricerca hanno formulato diversi suggerimenti su come si potrebbe migliorare l'informazione locale sull'immigrazione. I mass media dovrebbero dedicare, innanzitutto, maggiore spazio – preferibilmente attraverso la creazione di rubriche o trasmissioni informative – alle storie “positive” sugli immigrati: approfondimenti su persone ben integrate nel contesto sociale che le ha ospitate, su immigrati che diventano imprenditori, sulle seconde

generazioni e sulla questione della cittadinanza, ma anche notizie basate su dati statistici che trattino il contributo delle persone immigrate all'economia locale. Ovviamente questo tipo di approfondimenti richiede maggiori sforzi organizzativi da parte delle redazioni giornalistiche rispetto alla produzione di notizie di cronaca (cfr. Cap. 3). Il rafforzamento della collaborazione tra l'associazionismo, le istituzioni, le associazioni di categoria e le istituzioni locali potrebbe favorire la produzione di questi approfondimenti informativi. Le associazioni di migranti sono infatti considerate dai giornalisti come una fonte potenzialmente molto utile per trovare storie da raccontare o per raccogliere il punto di vista degli immigrati su tematiche di attualità che li riguardano. Il problema è che spesso queste associazioni non sono attive nella gestione dei rapporti con la stampa o non sono efficaci nel comunicare ai giornalisti le attività che organizzano. Come già detto, la predisposizione di appositi percorsi formativi potrebbe favorire le interazioni tra le redazioni e l'associazionismo.

Gli intervistati ed i partecipanti ai focus group vorrebbero infine che i media locali offrissero maggiori opportunità agli immigrati per “far sentire la propria voce” all'interno delle notizie sull'immigrazione e che dedicassero maggiore spazio agli approfondimenti sulle loro culture d'origine. Questo permetterebbe di aprire un confronto più aperto e meno affetto da pregiudizi con il resto della società nella quale sono inserite.

Appendice

Questionario per le interviste strutturate con persone immigrate

Legenda:

Le parentesi quadre contengono istruzioni rivolte all'intervistatore che non devono essere lette all'intervistato.

Le parentesi tonde contengono frasi "riformulate", da usare se l'intervistatore ha l'impressione che l'intervistato non abbia compreso il senso della domanda.

Quando è richiesto di specificare (come per esempio dopo la categoria "altro"), immettere il codice e specificare nella stessa cella.

La formula "[filtro]", che compare accanto a diverse modalità di risposta, serve a segnalare all'intervistatore che la risposta in questione attiva una serie di domande ulteriori (indicate nei punti successivi del questionario)

Frase iniziale [leggere o parafrasare]:

Stiamo realizzando una ricerca sull'**efficacia della comunicazione interculturale** (sull'efficacia della comunicazione rispetto al funzionamento dei servizi informativi per stranieri e sull'efficacia della comunicazione interculturale) in Emilia-Romagna [se chiede, siamo ISIMM RICERCHE].

Le vorremmo fare alcune domande. Le **chiediamo solo 5 minuti del suo tempo**. È **importante** per noi **conoscere il suo parere** per cercare di migliorare il modo in cui gli enti e le istituzioni locali comunicano i servizi per le persone straniere e, più in generale, favoriscono iniziative per comunicare il dialogo tra culture diverse (tra persone che provengono da Paesi diversi).

Non esistono risposte giuste o sbagliate, la migliore risposta è quella più spontanea, quella che corrisponde maggiormente con quelle che sono le sue opinioni, i suoi giudizi e le sue valutazioni personali.

Si tratta di un questionario **anonimo**, non le verrà richiesto di indicare il suo nome. Chiederemo solo alcune informazioni generali, informazioni che verranno aggregate alle risposte date da altri intervistati e utilizzate per migliorare la comunicazione interculturale in Emilia-Romagna.

[Sezione n. 1: SPORTELLI INFORMATIVI PER STRANIERI]

1) In Emilia-Romagna opera una rete di **SPORTELLI INFORMATIVI PER STRANIERI**, attivati dai Comuni (gestiti dai Comuni direttamente o attraverso associazioni), dove è possibile ricevere informazioni e aiuto per compilare documenti e richieste di servizi. Lei ha mai **SENTITO PARLARE** di questi sportelli? [In caso l'intervista sia stata effettuata all'uscita di uno sportello informativo per stranieri, non occorre porre la domanda 1, ma è sufficiente immettere "d'ufficio" il codice 1 e andare direttamente alla domanda 2]

1. Sì [filtro]
2. No
99. Non ricordo/non risponde

[Se risponde sì (codice 1) alla domanda 1]

2) Come è venuto a **CONOSCENZA** dell'esistenza di questi sportelli? [massimo una risposta]

1. Volantini o manifesti distribuiti nella città
2. Volantini o manifesti distribuiti negli uffici del Comune o di altre istituzioni a livello locale [se possibile, specificare quale Comune o istituzione
3. Informazioni date dal personale di altri sportelli del Comune o di altre istituz. locali [se possibile, specificare quale Comune o istituzione] [filtro]
4. Passaparola di amici, parenti, colleghi ecc. [filtro]
5. Quotidiani, periodici o riviste [filtro]
6. Televisione [filtro]
7. Radio [filtro]
8. Internet [filtro]
9. Ne hanno parlato ad un evento, seminario, manifestazione [se possibile, specificare
10. Altro [specificare]
99. Non sa/ Non risponde

[Se risponde “quotidiani, periodici o riviste” (codice 5) alla domanda 2]

- 5) Ricorda di che tipo di pubblicazione si trattava? *[massimo una risposta]*
1. Un giornale o periodico locale
 2. Un giornale o periodico nazionale
 3. Una rivista, newsletter o altra pubblicazione curata dal Comune o da un'altra istituzione a livello locale *[se possibile, specificare quale Comune o istituzione]*
 4. Una rivista, newsletter o altra pubblicazione curata da un'associazione *no profit*
 5. Altro *[specificare]*
99. Non ricorda/non risponde

[Se risponde “televisione” (codice 6) alla domanda 2]

- 6) Ricorda di che tipo di trasmissione si trattava? *[massimo una risposta]*
1. Un telegiornale locale
 2. Un telegiornale nazionale
 3. Un programma di approfondimento informativo locale
 4. Un programma di approfondimento informativo nazionale
 5. Una pubblicità
 6. Altro *[specificare]*
99. Non ricorda/non risponde

[Se risponde “radio” (codice 7) alla domanda 2]

- 7) Ricorda di che tipo di trasmissione si trattava? *[massimo una risposta]*
1. Un radiogiornale locale
 2. Un radiogiornale nazionale
 3. Un programma di approfondimento informativo locale
 4. Un programma di approfondimento informativo nazionale
 5. Una pubblicità
 6. Altro *[specificare]*
99. Non ricorda/non risponde

[Se risponde “Internet” (codice 8) alla domanda 2]

- 8) Ricorda dove l'ha visto su Internet? *[massimo una risposta]*
1. Navigando sul sito del Comune
 2. Navigando sul sito di un altro ente territoriale *[se possibile, specificare]*
 3. Consultando un giornale online
 4. Consultando un blog
 5. Navigando su un sito di un'associazione *[se possibile, specificare]*
 6. Su un social network (Facebook, Twitter, ecc.): postato da un amico
 7. Su un social network: in una pagina/gruppo gestito dal comune
 8. Su un social network: in una pagina/gruppo gestito da un'associazione
 9. Su un social network: in una pagina/gruppo “non organizzata”
 10. Cercando informazioni specifiche sui motori di ricerca
 7. Altro *[specificare]*
99. Non ricorda/non risponde

[Se risponde sì (codice 1) alla domanda 1]

9) Ha mai UTILIZZATO I SERVIZI di uno sportello informativo per stranieri in Emilia-Romagna (è mai andato in uno di questi sportelli per richiedere informazioni o aiuto per compilare documenti e richieste di servizi)? *[In caso l'intervista sia stata effettuata all'uscita di uno sportello informativo per stranieri, non porre la domanda 9, immetti “d'ufficio” il codice 1 e vai alla domanda 11] [Domanda da non porre a chi non conosce l'esistenza di questi sportelli (codice 2 nella domanda 1)]*

1. Sì *[filtro]*
 2. No *[filtro]*
99. Non ricorda/non risponde

[Se risponde che non ha mai utilizzato i servizi dello sportello (codice 2 alla domanda 9) e se li conosceva già (codice 1 alla domanda 1)]

10) **PERCHÉ** non ha mai utilizzato questi servizi? *[Risposta aperta]*

[Se risponde che ha utilizzato i servizi dello sportello (codice 1 alla domanda 9)]

11) Nel corso dell'ultimo anno, **QUANTE VOLTE** ha utilizzato (mediamente, grossomodo) i servizi dello sportello informativo per stranieri?

1. Almeno una volta a settimana
2. Almeno una volta al mese
3. Più volte all'anno
4. Solo una volta in tutto l'anno
99. Non ricorda/non risponde

[Se risponde che ha utilizzato i servizi dello sportello (codice 1 alla domanda 9)]

Ora le rivolgerò una **SERIE DI DOMANDE** per capire che cosa ne pensa del servizio offerto dallo sportello informativo per stranieri. Quanto è **SODDISFATTO**:

12) Degli **ORARI DI APERTURA** dello sportello

1. Molto soddisfatto
2. soddisfatto
3. né soddisfatto né insoddisfatto
4. insoddisfatto
5. molto insoddisfatto
99. Non sa/non risponde

13) Della **CORTESIA** e disponibilità del personale *[stessi codici della domanda 12]*

15) Della **CHIAREZZA** con cui si è espresso il personale *[stessi codici della domanda 12]*

16) Delle **INFORMAZIONI RICEVUTE** (ha ottenuto le informazioni che cercava?) *[stessi codici della domanda 12]*

[Se risponde che ha utilizzato i servizi dello sportello (codice 1 alla domanda 9)]

17) Qual è il principale **PUNTO DEBOLE** dei servizi offerti dagli sportelli informativi per stranieri? (che cosa apprezza meno dei servizi offerti allo sportello?) *[Risposta aperta]*

[Se risponde che ha utilizzato i servizi dello sportello (codice 1 alla domanda 9)]

18) Quale è il principale **PUNTO DI FORZA** dei servizi offerti dagli sportelli informativi per stranieri? (che cosa apprezza di più dei servizi offerti allo sportello?) *[Risposta aperta]*

[Se risponde che ha utilizzato i servizi dello sportello (codice 1 alla domanda 9)]

19) Secondo lei come potrebbero funzionare meglio gli sportelli informativi per stranieri? Ha qualche **SUGGERIMENTO** relativo a come si potrebbe migliorare questi servizi? *[Risposta aperta]*

[Se risponde che ha utilizzato i servizi dello sportello (codice 1 alla domanda 9)]

20) Secondo lei, una persona che **PARLA POCO L'ITALIANO** avrebbe avuto la possibilità di ottenere queste informazioni?

1. Probabilmente sì
2. Probabilmente no
99. Non sa/non risponde

[Se risponde sì (codice 1) alla domanda 1]

21) È mai stato sulla **PAGINA INTERNET** dello sportello informativo per stranieri del suo Comune? *[Domanda da non porre a chi non conosce l'esistenza di questi sportelli (codice 2 nella domanda 1)]*

1. Sì *[filtro]*

- 2. No
- 99. Non ricorda/non risponde

[Se risponde sì (codice 1 alla domanda 21)]

23) Quanto è soddisfatto della **QUANTITÀ DI INFORMAZIONI** sui servizi offerti dallo sportello per stranieri che è presente sul sito?

- 1. Molto soddisfatto
- 2. soddisfatto
- 3. né soddisfatto né insoddisfatto
- 4. insoddisfatto
- 5. molto insoddisfatto
- 99. Non sa/non risponde

[Se risponde sì (codice 1 alla domanda 21)]

24) Quanto è soddisfatto della **CHIAREZZA** con cui, sul sito Internet, sono fornite le informazioni sui servizi offerti dallo sportello per stranieri? *[stessi codici della domanda 23]*

[Sezione n. 2: MEZZI DI COMUNICAZIONE USATI PER INFORMARSI]

Ora vorrei porle alcune domande sui mezzi di comunicazione che usa più frequentemente.

26) Quale mezzo di comunicazione utilizza di più per **INFORMARSI** sui fatti locali (che riguardano cioè il territorio in cui vive, il suo Comune, o l'Emilia-Romagna)? *[Prima e seconda scelta, in ordine di frequenza].*

- 1. Quotidiani/riviste *[filtro]*
- 2. Televisione *[filtro]*
- 3. Radio *[filtro]*
- 4. Internet *[filtro]*
- 5. Altro *[specificare]*
- 99. Non risponde

26A) Prima scelta *[indicare il codice]*

26B) Seconda scelta *[indicare il codice]*

[Se risponde "QUOTIDIANI/RIVISTE" (codice 1 alla domanda 26) come prima o come seconda scelta]

27) Che tipo di giornali o riviste legge con maggior frequenza per informarsi sui fatti locali?

- 1. I giornali quotidiani locali (o le sezioni locali dei quotidiani nazionali)
- 2. I periodici locali
- 3. Le riviste, le newsletter o altre pubblicazioni curate dai Comuni o dalle altre istituzioni locali
[se possibile, specificare quale Comune o istituzione
- 4. Le riviste, le newsletter o altre pubblicazioni curate da associazioni e centri culturali
- 5. Altro *[specificare]*
- 99. Non ricorda/non risponde

28) *[Se indica spontaneamente il nome di una rivista, di un periodico o di un quotidiano, indicare qui di seguito - massimo tre risposte nella stessa cella]*

[Se risponde "TELEVISIONE" (codice 2 alla domanda 26) come prima o come seconda scelta]

29) Che tipo di trasmissioni televisive segue con maggior frequenza per informarsi sui fatti locali?

- 1. I telegiornali locali
- 2. I programmi di approfondimento informativo locale
- 3. Gli spazi televisivi affidati ad associazioni locali
- 4. Altro *[specificare]*
- 99. Non ricorda/non risponde

30) *[Se indica spontaneamente il nome di una trasmissione televisiva, indicare qui di seguito - massimo tre risposte nella stessa cella]*

[Se risponde “RADIO” (codice 3 alla domanda 26) come prima o come seconda scelta]

31) Che tipo di trasmissioni radiofoniche segue con maggior frequenza per informarsi sui fatti locali?

1. I radiogiornali locali
2. I programmi di approfondimento informativo locale
3. Gli spazi radiofonici affidati ad associazioni locali
4. Altro *[specificare]*
99. Non ricorda/non risponde

32) *[Se indica spontaneamente il nome di una trasmissione radiofonica, indicare qui di seguito - massimo tre risposte nella stessa cella]*

[Se risponde “INTERNET” (codice 4 alla domanda 26) come prima o come seconda scelta]

33) Che tipo di siti Internet segue con maggior frequenza per informarsi sui fatti locali?

1. Il sito del Comune
2. Il sito della Regione
3. I siti di altre istituzioni locali *[se possibile, specificare quale istituzione*
4. I giornali locali online
5. I blog/i forum
6. I siti di associazioni no profit e centri interculturali
7. I social network: le notizie postate da amici e conoscenti
8. I social network: le pagine/i gruppi gestiti dal Comune o da altre amministrazioni locali
9. I social network: le pagine/i gruppi gestiti da associazioni no profit e centri interculturali
10. Fa ricerche mirate sui motori di ricerca
11. Altro *[specificare]*
99. Non ricorda/non risponde

34) *[Se è possibile, chiedere i nomi dei siti Internet che segue con maggiore frequenza (es. il sito del Comune di Rubiera, la pagina Facebook del centro interculturale Mondinsieme, il profilo Twitter dell’associazione ANNASSIM ecc. - massimo tre risposte nella stessa cella]*

[Sezione n. 3: SUGGERIMENTI PER LA COMUNICAZIONE DEGLI SPORTELLI INFORMATIVI]

Ora vorremmo capire come, secondo lei, si potrebbe comunicare meglio l’esistenza e i servizi offerti dagli sportelli informativi per stranieri e, più in generale, dagli sportelli informativi del comune (per esempio dell’Ufficio Relazioni con il Pubblico, URP).

35) Quale **MEZZO** di comunicazione pensa che sarebbe **PIÙ EFFICACE** per far sapere quali sono i servizi degli sportelli informativi per stranieri e, più in generale, dagli sportelli informativi del comune (per es. dell’URP)? *[massimo tre scelte, domanda da porre anche a chi non conosceva l’esistenza degli sportelli informativi per stranieri (risposta 2 alla domanda 1)]*

1. Giornali o periodici locali stampati
2. Riviste, newsletter o altre pubblicazioni gestite da istituzioni locali, associazioni, o centri culturali
3. Telegiornali o trasmissioni televisive locali
4. Radiogiornali o trasmissioni radiofoniche locali
5. Manifesti posizionati in città/nel paese
6. Manifesti posizionati negli uffici del Comune e delle altre istituzioni locali
7. Volantini distribuiti in città/paese
8. Volantini distribuiti negli uffici del Comune e delle altre istituzioni locali
9. Seminari, incontri ed eventi organizzati per pubblicizzare questi servizi
10. Posta elettronica inviata ai cittadini stranieri
11. Siti Internet istituzionali (gestiti da Comuni, prefetture ecc.)
12. Giornali online
13. Blog, forum

- 14. Pagine o gruppi Facebook
- 15. Twitter
- 16. Altro (specificare
- 99. Non sa/non risponde

35A) Prima scelta *[indicare il codice]*

35B) Seconda scelta *[indicare il codice]*

35B) Terza scelta *[indicare il codice]*

36) Sempre secondo lei, chi potrebbe comunicare con maggiore efficacia l'esistenza ed i servizi offerti dagli sportelli informativi? *[Una scelta]*

- 1. Il Comune, la Regione o altre istituzioni (Prefettura ecc.) *[Se indica un ente o istituzione in particolare, specificare dopo il codice*
- 2. Le associazioni no profit (associazioni di migranti incluse) *[Se indica un'associazione in particolare, specificare dopo il codice*
- 3. I giornalisti
- 4. Altro (specificare
- 99. Non sa/non risponde

36A) Secondo lei la comunicazione relativa agli sportelli informativi per stranieri e ai servizi da loro offerti dovrebbe essere effettuata anche in lingue diverse dall'italiano?

- 1. Sì *[Filtro]*
- 2. No
- 99. Non sa/non risponde

[Se risponde sì (codice 1 alla domanda 36A)]

36B) In quali lingue pensa che dovrebbe essere effettuata questa comunicazione? *[Risposta aperta, indicare massimo 5 opzioni nella stessa cella]*

[Se risponde sì (codice 1 alla domanda 36A)]

36C) Pensa che dovrebbe essere effettuata in lingue diverse dall'Italiano anche la comunicazione sugli altri sportelli informativi del comune, come per esempio la comunicazione sui servizi dell'URP?

- 1. Sì
- 2. No
- 100. Non sa/non risponde

[Sezione n. 4: COMUNICAZIONE INTERCULTURALE IN GENERALE e PARTECIPAZIONE]

Ora cambiamo argomento, parliamo di comunicazione interculturale.

37) Nell'ultimo anno, ha mai partecipato ad **INIZIATIVE CULTURALI** o a **MANIFESTAZIONI** nella sua città?

- 1. Sì *[filtro]*
- 2. No
- 99. Non ricorda/non risponde

[Se risponde sì (codice 1 alla domanda 37) come prima o come seconda scelta]

38) Quale era il **TEMA** dell'iniziativa? *[Risposta aperta, indicare tra parentesi quadra se si tratta di iniziative riconducibili al tema della multiculturalità o di iniziative su altri temi – Se non ricorda o non risponde, indicarlo nella cella digitando 99]*

[Se risponde sì (codice 1 alla domanda 37) come prima o come seconda scelta]

39) **CHI** ha **ORGANIZZATO** l'iniziativa?

- 1. Il Comune, la Regione o altre istituzioni locali
- 2. Un'associazione di immigrati
- 3. Un altro tipo di associazione (non di immigrati)

4. Un centro interculturale
5. La rete MIER
6. Un sindacato
7. Un partito politico
8. Altro [specificare]
99. Non ricorda/non risponde

[Se risponde sì (codice 1 alla domanda 37) come prima o come seconda scelta]

40) Come è venuto a CONOSCENZA dell'iniziativa?

1. Giornali o periodici locali stampati
2. Riviste, newsletter o altre pubblicazioni gestite da istituzioni locali, associazioni, o centri culturali
3. Telegiornali o trasmissioni televisive locali
4. Radiogiornali o trasmissioni radiofoniche locali
5. Manifesti posizionati in città/nel paese
6. Manifesti posizionati negli uffici del Comune e delle altre istituzioni locali
7. Volantini distribuiti in città/paese
8. Volantini distribuiti negli uffici del Comune e delle altre istituzioni locali
9. Passaparola
10. Faccio parte degli organizzatori
11. Siti Internet istituzionali (gestiti da Comuni, prefetture ecc.)
12. Giornali online
13. Blog, forum
14. Pagine o gruppi Facebook
15. Twitter
16. Altro (specificare)
99. Non ricorda/non risponde

[Se risponde sì (codice 1 alla domanda 37) come prima o come seconda scelta]

41) Come ritiene che sia stata l'INIZIATIVA?

1. Positiva
2. Negativa
3. Presentava sia aspetti positivi che negativi
99. Non sa/non risponde

44) Le è mai capitato di vedere sui **MEDIA LOCALI** (giornali, televisioni e radio locali, o sui loro siti Internet) delle iniziative di **COMUNICAZIONE** (per esempio delle pubblicità o degli eventi) che promuovevano la lotta alla discriminazione, il rapporto tra culture diverse o, più in generale, che riguardavano la cultura d'origine o la situazione in cui si trovano le persone immigrate?

1. Sì [se risponde sì, verifica che si tratti di media locali e non nazionali] [filtro]
2. No
99. Non ricorda/non risponde

[Se risponde sì (codice 1 alla domanda 44)]

45) Si ricorda di che iniziative di comunicazione si trattava? [se è possibile, chiedere il nome o il tema della campagna, il mezzo utilizzato per veicolarla, la testata e l'ente o associazione che lo promuoveva]
[risposta aperta]

46) E le è mai capitato di vedere nella sua città/paese dei **MANIFESTI** o dei **VOLANTINI** che promuovevano questi temi (che promuovevano la lotta alla discriminazione, il rapporto tra culture diverse o, più in generale, che riguardavano la cultura d'origine o la situazione in cui si trovano le persone immigrate)?

1. Sì [filtro]
2. No
99. Non ricorda/non risponde

[Se risponde sì (codice 1 alla domanda 46)]

47) Si ricorda di che manifesti o volantini si trattava? *[se è possibile, chiedere il nome o il tema della campagna, il mezzo utilizzato per veicolarla, e l'ente o associazione che lo promuoveva] [risposta aperta]*

48) E sui **SITI INTERNET** o sui profili **FACEBOOK** di associazioni, centri interculturali e altri attori *no profit* che agiscono a livello locale, le è mai capitato di vedere questo tipo di campagne (che promuovevano la lotta alla discriminazione, il rapporto tra culture diverse o, più in generale, che riguardavano la situazione delle persone straniere)?

1. Sì *[filtro]*
2. No
99. Non ricorda/non risponde

[Se risponde sì (codice 1 alla domanda 48)]

49) Si ricorda di quali siti o pagine Facebook si trattava? *[se è possibile, chiedere il nome o il tema della campagna, il sito utilizzato per veicolarla, e l'ente o associazione che lo promuoveva] [risposta aperta]*

[Sezione n. 5: COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE]

Parliamo ora della comunicazione istituzionale in generale, cioè la comunicazione fatta dai Comuni, dalla Regione o da altre istituzioni locali per informare sui loro servizi (per esempio tramite volantini, manifesti o pubblicità sui media locali).

Le leggerò una serie di frasi. Quanto è **D'ACCORDO CON LE SEGUENTI AFFERMAZIONI?**

52) “La comunicazione delle **ISTITUZIONI** locali non tratta mai **QUESTIONI IMPORTANTI** per le persone di origine straniera”

1. Molto d'accordo
2. d'accordo
3. né d'accordo né in disaccordo
4. in disaccordo
5. molto in disaccordo
99. Non sa/non risponde

53) “La comunicazione delle istituzioni locali è sempre **CHIARA**, espressa con un linguaggio semplice” *[stessi codici della domanda 52]*

54) “La comunicazione sui servizi delle istituzioni locali dovrebbe essere **TRADOTTA** anche nelle lingue straniere che sono parlate con maggiore frequenza in questo territorio” *[stessi codici della domanda 52]*

55) “Il **PERSONALE** delle istituzioni locali è spesso **DISPONIBILE** e cortese con le persone di origine straniera” *[stessi codici della domanda 52]*

56) “Il comune e le altre istituzioni locali **NON FAVORISCONO** mai l'organizzazione di eventi per **COMUNICARE** ai cittadini le **CULTURE** di origine delle persone immigrate”. *[stessi codici della domanda 52]*

[Sezione n. 6: CENTRI INTERCULTURALI]

63) Lei sa che a [indicare il comune più vicino che ospita un centro interculturale] c'è un **CENTRO INTERCULTURALE?**

1. Sì *[filtro]*
2. No

99. Non risponde

[Se risponde sì (codice 1 alla domanda 63)]

64) Ha mai partecipato ad **EVENTI** organizzati dal centro interculturale di [indica il comune citato prima]?

1. Sì, spesso *[filtro]*
 2. Sì, qualche volta (include anche solo una volta) *[filtro]*
 3. No
99. Non ricorda/non risponde

[Se risponde sì (codice 1 alla domanda 63)]

65) Ha mai visitato il **SITO INTERNET** del centro interculturale di [indica il comune citato prima]?

1. Sì, spesso *[filtro]*
2. Sì, qualche volta (include anche solo una volta) *[filtro]*
3. No

[Se ha partecipato ad eventi o ha visitato il sito del centro interculturale (codice 1 o 2 alla domanda 64 e/o alla domanda 65)]

65A) Ritieni che le attività dei centri interculturali siano **UTILI** per le persone di origine straniera presenti in Emilia-Romagna?

1. Sì
 2. No
 3. Presentano sia aspetti positivi che negativi
99. Non sa/non risponde

66) Quali sono gli **ASPETTI POSITIVI** delle attività dei centri interculturali? *[Risposta aperta]*

67) E quali erano gli **ASPETTI NEGATIVI**, o quelli che possono essere migliorati) delle attività dei centri interculturali? *[Risposta aperta]*

68) Quali **SUGGERIMENTI** le vengono in mente per migliorare la comunicazione e le attività dei centri interculturali? *[Risposta aperta]*

[Sezione n. 7: RAPPRESENTAZIONE DELL'IMMIGRAZIONE SUI MEDIA LOCALI]

Parliamo ora dell'informazione dei telegiornali e dei giornali locali dell'Emilia-Romagna e del modo in cui rappresentano l'immigrazione.

69) Qui in Emilia-Romagna, le è mai capitato di leggere articoli o di vedere servizi prodotti da **GIORNALISTI DI ORIGINE STRANIERA**?

1. Sì, spesso *[filtro]*
 2. Sì, qualche volta (include anche solo una volta) *[filtro]*
 3. No
99. Non ricorda/non risponde

[Se risponde sì (codice 1 o 2 alla domanda 69)]

70) Si ricorda di **QUALE MEZZO** di comunicazione, testata o giornalista si trattava? (Era una notizia di un telegiornale, una notizia sul sito Internet di un giornale locale o un post su un blog?) *[risposta aperta]*

71) Ora pensi a come i telegiornali ed i giornali locali dell'Emilia-Romagna parlano di persone immigrate. Ricorda un tema che sia stato associato agli immigrati? Me lo può indicare? *[Risposta aperta, se non ricorda immettere codice 99]*

71A) Secondo lei, quando i telegiornali ed i giornali locali dell'Emilia-Romagna parlano di immigrati, parlano solo di crimini o di atti illegali?

1. Sì [*include "tendenzialmente sì", "sì, quasi sempre"*]
2. No [*include "non sempre", "non solo di quello"*]
99. Non sa/non risponde

[Se risponde no (codice 2 alla domanda 71)]

71B) Quali altri temi vengono affrontati quando i telegiornali e i giornali locali parlano di immigrati? [*risposta aperta*]

72) Secondo lei, i telegiornali ed i giornali locali dell'Emilia-Romagna dedicano servizi o articoli agli immigrati impegnati nell'economia locale?

1. Sì [*include "sì, qualche volta", "sì, anche di quello"*]
2. No [*include "quasi mai", "generalmente no"*]
99. Non sa/non risponde

73) Secondo lei, i telegiornali ed i giornali locali dell'Emilia-Romagna trattano di iniziative, seminari ed eventi per far conoscere le culture di origine delle persone immigrate (ospitano comunicazione interculturale)?

1. Sì [*include "sì, qualche volta", "sì, parlano anche di queste iniziative"*]
2. No [*include "quasi mai", "generalmente no"*]
99. Non sa/non risponde

74) Ci sono, secondo lei, alcuni giornali, periodici, siti Internet, o trasmissioni televisive che secondo lei offrono UN'INFORMAZIONE PIÙ ATTENTA E PIÙ ARTICOLATA sulle persone immigrate e gli stranieri presenti in Emilia-Romagna (se possibile, portarli ad esprimersi sui media locali).

1. Sì [*filtro*]
2. No, sono tutti uguali
99. Non sa/non risponde

[Se risponde sì (codice 1 alla domanda 74)]

75) Mi può indicare QUALI SONO? [*Risposta aperta, massimo 3 opzioni da indicare nella stessa cella*]

76) Ed esistono, sempre secondo lei, alcuni giornali, periodici, siti Internet, o trasmissioni televisive che si distinguono per UN'INFORMAZIONE MENO ATTENTA E MENO ARTICOLATA sulle persone immigrate in Emilia-Romagna?

1. Sì [*filtro*]
2. No, sono tutti uguali
99. Non sa/non risponde

[Se risponde sì (codice 1 alla domanda 76)]

76A) Mi può indicare QUALI SONO? [*Risposta aperta, massimo 3 opzioni da indicare nella stessa cella*]

77) Secondo lei COME POTREBBE MIGLIORARE L'INFORMAZIONE GIORNALISTICA sulle persone immigrate? Che cosa si potrebbe fare per favorire un'informazione più equilibrata? [*Risposta aperta, se non ha alcun suggerimento immettere codice 99*]

77A) C'è un tema legato agli immigrati o di interesse per gli immigrati che le piacerebbe che i telegiornali o i giornali locali trattassero? Qual è questo tema? [*Risposta aperta, se non ha alcun suggerimento immettere codice 99*]

78) Lei, generalmente, con che frequenza guarda i telegiornali locali dell'Emilia-Romagna?

1. Quasi mai – meno di una volta alla settimana
2. Una volta alla settimana
3. Due o tre volte alla settimana
4. Da quattro o sei volte alla settimana
5. Tutti i giorni

99. Non risponde

79) E con che frequenza legge i giornali locali dell'Emilia-Romagna?

1. Quasi mai – meno di una volta alla settimana
2. Una volta alla settimana
3. Due o tre volte alla settimana
4. Da quattro o sei volte alla settimana
5. Tutti i giorni
99. Non risponde

[Sezione n. 8: DATI SUGLI INTERVISTATI]

Abbiamo quasi finito. Prima di concludere il questionario, vorrei chiederle alcune informazioni su di lei [*se necessario, ribadisci anonimato*]

80) **ETÀ**

1. Fino a 25 anni
2. Da 26 a 35 anni
3. Da 36 a 45 anni
4. Da 46 a 55 anni
5. Più di 56 anni
99. Non risponde

81) **SESSO** 1. Maschio 2. Femmina

82) **COMUNE** nel quale è stata effettuata l'intervista:

82A) Comune in cui abita l'intervistato [chiederlo ed inserirlo sempre, anche se uguale alla risposta alla domanda 82]:

[Se il comune in cui è stata effettuata l'intervista è diverso da quello in cui abita (se 82 e 82A non coincidono)

82B) Perché è venuto allo sportello informativo di [indicare il comune in cui è stata effettuata l'intervista]?
.....[Risposta aperta, incalzare il soggetto per ottenere risposte informative]

83) **TITOLO DI STUDIO:**

1. Nessuno
2. Licenza elementare
3. Licenza media
4. Diploma istituto superiore
5. Laurea
6. Dottorato, master, specializzazione, altra formazione post-laurea
99. Non risponde

84) **OCCUPAZIONE:**

1. Studente/ssa
2. Pensionato/a
3. Disoccupato/a, non occupato/a
4. Casalingo/a
5. Lavoratore
6. Altra condizione (specificare
99. Non risponde

85) **NAZIONALITÀ** di origine: [*In caso di mancata risposta, immettere il codice 99*]

86) Da quanto **TEMPO** è in Italia?

1. Da meno di un anno
2. Da uno a 5 anni
3. Da 6 a 10 anni
4. Da più di 10 anni [*include: da sempre*]

99. Non risponde

87) Le fa parte di UN'ASSOCIAZIONE?

1. Sì [filtro]
2. No

99. Non risponde

[Se risponde sì (codice 1 alla domanda 85)]

87A) [SPECIFICA il nome dell'associazione e il suo l'ambito di intervento]

[Se risponde sì (codice 1 alla domanda 85)]

87B) Generalmente, CHI PARTECIPA alle attività dell'associazione e agli eventi che organizza?

1. Prevalentemente persone di origine straniera
2. Prevalentemente persone di origine italiana
3. Sia persone di origine straniera che italiana, in egual misura (o quasi)
4. Altro [specificare

99. Non risponde

88) Pensi alla **RUBRICA DEL SUO CELLULARE**, i numeri che ha in memoria sono:

1. Prevalentemente di persone del mio paese di origine
2. Prevalentemente di persone di origine straniera
3. Prevalentemente di persone di origine italiana
4. Altro [specificare

99. Non risponde

La ringraziamo per la sua collaborazione

VARIABILI DI CONTROLLO – l'intervistatore deve compilarle al termine della somministrazione del questionario

89) L'intervistato è stato contattato tramite un' ASSOCIAZIONE?

1. Sì
2. No

90) L'intervistato è stato contattato all'uscita di uno **SPORTELLO** informativo per stranieri?

1. Sì
2. No

Interviste semi-strutturate in profondità con esponenti di telegiornali locali (attività n. 7 del progetto)

Il progetto prevede la realizzazione di quattro interviste semi-strutturate in profondità con esponenti di telegiornali locali. L'intervista semi-strutturata è uno strumento di indagine dove il livello di strutturazione, di standardizzazione e, soprattutto, di direttività è piuttosto ridotto al fine di consentire l'approfondimento di tematiche non previste che dovessero emergere nel corso dell'intervista. Il ricercatore dispone di una traccia, organizzata attorno ad una serie di domande aperte, tramite le quali raccoglie tutte le informazioni necessarie, con la facoltà di adattare ai singoli soggetti intervistati sia le domande sia l'ordine con cui vengono poste. Riportiamo qui di seguito la bozza della traccia che intendiamo utilizzare per questa attività.

Traccia

1. Qual è il suo **ruolo** all'interno del telegiornale? Di che cosa si occupa di solito? Quali sono le tematiche (o il tipo di notizie) su cui lavora più frequentemente?
2. Le capita frequentemente di **occuparsi di notizie** che vedono coinvolte persone **immigrate**? Di che tipo di notizie si tratta? Mi può fare qualche **esempio**?
3. Secondo lei, quali sono gli **argomenti** che vengono trattati con **maggior frequenza** quando si parla di persone **immigrate** all'interno dei **telegiornali locali** dell'Emilia-Romagna? Quali sono gli argomenti più frequentemente associati agli immigrati?
 - E la **sua testata**? Si differenzia dalle altre a questo proposito?
 - *[Se risponde che vengono trattati prevalentemente argomenti legati alla criminalità, all'illegalità o fatti di cronaca] Da che cosa pensa che dipenda questo fenomeno? [Se necessario, incalzare l'intervistato]*
4. Secondo lei, quanto **spazio** viene **dedicato** da parte dei **telegiornali locali** dell'Emilia-Romagna agli **immigrati impegnati nell'economia locale**? Si parla anche di immigrati/imprenditori (o di immigrati/lavoratori) o solamente di persone coinvolte in crimini o in episodi di illegalità?
 - Riguardo a questo punto, la **sua testata** si differenzia dagli altri telegiornali locali dell'Emilia-Romagna?
 - Secondo lei questo tipo di servizi (sugli immigrati impegnati nell'economia locale) è di **interesse per il pubblico** della sua testata?
 - Quali sono le **principali difficoltà** che si incontrano nel produrre questo tipo di servizi (immigrati impegnati nell'economia locale)?
5. Quanto **spazio** viene dedicato dai **TG locali** dell'Emilia-Romagna ad iniziative, eventi, seminari organizzati per promuovere la **lotta alla discriminazione**, il rapporto tra **culture diverse** o per far conoscere la **cultura d'origine** o la **situazione** in cui si trovano le persone immigrate?
 - Riguardo a questo punto, la **sua testata** si differenzia dagli altri telegiornali locali dell'Emilia-Romagna?
 - Secondo lei questo tipo di eventi (lotta discriminazione ecc.) sono di **interesse per il**

pubblico della sua testata?

- Quali sono le **principali difficoltà** che si incontrano nel produrre servizi su questo tipo di iniziative?
 - Gli **organizzatori** di questo tipo di iniziative (enti locali, associazioni, istituzioni culturali) sono **efficaci nell'informarvi** sugli eventi in programma?
 - Vi mandano mai dei **comunicati stampa**?
 - Se li mandassero voi **li prendereste in considerazione**?
 - Voi tendenzialmente **seguite questo tipo di eventi**?
 - Si ricorda qualche **esempio di iniziativa di comunicazione interculturale** che, a suo avviso, è stata **particolarmente efficace** nello stimolare l'interesse dei giornalisti e del loro pubblico? Mi può spiegare che iniziativa era?
 - Per quale **motivo** sono risultate, secondo lei, particolarmente interessanti?
 - Secondo lei, **cosa potrebbero fare gli organizzatori** di queste iniziative di comunicazione (interculturale) **per stimolare** maggiormente l'**interesse** del vostro pubblico nei confronti delle loro attività?
6. Quanto **spazio** viene dedicato dai **TG locali** ai **servizi per stranieri** predisposti dalle istituzioni e dagli **enti locali** dell'Emilia-Romagna?
- Queste informazioni sono di interesse per il vostro pubblico?
 - Quali **difficoltà** incontrate nel produrre questo tipo di informazione?
7. Quali sono le **fonti** che consulta maggiormente quando si occupa di **notizie sull'immigrazione** o su **eventi** che vedono coinvolte persone **straniere**?
- Quanto sono **importanti** le informazioni provenienti dalle **Forze dell'Ordine**?
 - Che **tipo di informazioni** relative agli immigrati vi forniscono più **frequentemente**?
 - Queste fonti forniscono **informazioni utili** per il suo lavoro?
 - Quanto sono **importanti** le informazioni provenienti dalle **amministrazioni locali**?
 - Che **tipo di informazioni** relative agli immigrati vi forniscono più **frequentemente**?
 - Queste fonti forniscono **informazioni utili** per il suo lavoro?
 - **Come potrebbero aiutarvi** maggiormente a produrre informazione sulle persone immigrate?
 - Le capita di **consultare esperti** o **associazioni** (come per esempio i centri interculturali) che si occupano di immigrazione?
 - Pensa che **queste fonti** [siano/potrebbero essere] **utili** per produrre informazione sulle persone straniere?
 - Quali sono gli aspetti che rendono più **difficile la consultazione** di questo tipo di fonti?
 - **Come potrebbero aiutarvi** maggiormente a produrre informazione sulle persone immigrate?
 - Le capita di **consultare** delle **testate** informative **specializzate** nell'informazione sull'**immigrazione**? **Quali** testate?
 - Queste fonti forniscono **informazioni utili** per il suo lavoro?

8. Ha mai sentito parlare della **carta di Roma**? [Se no spiega brevemente¹²].
- Ne **condivide gli obiettivi**? Pensa che questi principi possano aiutare a fornire una buona informazione sulle persone straniere?
 - Pensa che i **telegiornali locali prestino attenzione** alle linee guida contenute nella **Carta di Roma**?
9. Nella vostra redazione **lavorano** persone di origine **straniera**? Se sì, che ruolo, nazionalità, di che si occupano ecc.. se sì, il fatto che sia straniero, ha una qualche utilità? Diverse sensibilità? Se, pensa che potrebbe esserere un arricchimento per la sua redazione o non cambierebbe niente (avere un giornalista di origine straniera)?
10. - Secondo lei, quando i telegiornali locali dell'Emilia-Romagna si occupano di persone immigrate, tendono a fare un **uso eccessivo di stereotipi** o cliché (positivi o negativi) come, per esempio, quello dello straniero/criminale o quello del migrante che fugge da contesti di guerra e povertà?
- Se sì, ciò **serve** a rendere più **comprensibile la notizia** agli ascoltatori o a darle una caratterizzazione più forte?
 - Pensa che **la sua testata** si differenzi dalle altre per quanto riguarda l'impiego di stereotipi positivi o negativi?
 - Quali sono le principali **difficoltà** che si incontrano nel produrre un'**informazione** sulle persone immigrate **che non faccia un uso eccessivo di stereotipi**? Quali sono le possibili **strade da percorrere** per evitare un uso eccessivo di questi stereotipi?

¹² La Carta di Roma è un **protocollo deontologico** concernente i richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti firmato, nel 2008, dalla Federazione Nazionale della Stampa Italiana (FNSI) e dal Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti. Recependo le indicazioni dell'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Rifugiati (UNHCR), la Carta fornisce una serie di **linee guida per il trattamento e la presentazione giornalistica delle informazioni relative ai migranti**. In particolare, la Carta invita i giornalisti ad **usare termini giuridicamente appropriati** per riferirsi ai migranti (e non termini impropri come, per esempio, "clandestino"), e a tutelare i richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti che scelgono di parlare con i giornalisti, adottando specifiche **accortezze per tutelarne l'identità** (come per esempio non mostrare il volto o non citare il nome e il cognome della persona) ed evitare di esporla a ritorsioni da parte di autorità del paese di origine o di organizzazioni criminali.

Realizzazione del focus group con esponenti di associazioni ed enti no profit (attività n. 8 del progetto)

Il progetto prevede la realizzazione di due focus group, uno condotto con 6/10 esponenti di associazioni ed enti no profit che si occupano di persone immigrate, l'altro con 6/10 persone immigrate. Questa è la traccia per il focus group condotto con **associazioni ed enti no profit**.

L'approccio adottato per la conduzione del focus group è di tipo non direttivo e non strutturato. Il facilitatore svolge un ruolo attivo nel sottoporre una serie di stimoli iniziali (sotto forma di domande) che sono finalizzati ad incentivare una discussione spontanea tra i partecipanti. Il facilitatore interviene per fare in modo che gli interventi dei partecipanti non si accavallino e, eventualmente, per re-indirizzare la discussione in caso questa si sposti su tematiche non di interesse per il progetto.

Fase 1 – Preparazione

- Il facilitatore chiede ai partecipanti di scrivere il loro nome (possono scrivere anche un soprannome) ed il nome della loro associazione/ente no profit su un foglio di carta da esporre al fine di permettere agli altri partecipanti di rivolgersi loro chiamandoli per nome.
- L'assistente avvia i registratori e si assicura che funzionino correttamente.

Fase 2 – Introduzione (circa 10 minuti)

- Il facilitatore si presenta e spiega brevemente il progetto:

Benvenuti a tutti, sono felice che voi siate venuti per discutere di comunicazione interculturale. Io sono Alessio Cornia, sono un ricercatore di ISIMM RICERCHE e avrò il piacere di moderare e facilitare la discussione di oggi.

Questo progetto (SISTER) ha due obiettivi principali:

- a) migliorare il modo in cui i media locali dell'Emilia-Romagna rappresentano le persone di origine straniera**
- b) migliorare la comunicazione sui servizi informativi che si rivolgono alle persone straniere e, più in generale, la comunicazione interculturale in Emilia-Romagna**

Oggi siamo qui per raccogliere le vostre opinioni su questi temi. Ci piacerebbe che nel corso della discussione emergessero alcune buone pratiche, alcuni esempi positivi di iniziative che hanno contribuito a migliorare il modo in cui i media locali rappresentano le persone immigrate o il modo in cui alcuni attori cruciali, come per esempio i comuni, ma anche le associazioni e gli enti no profit, comunicano con le persone di origine straniera e offrono loro servizi informativi. Vi invito però anche a sottolineare gli aspetti critici di queste iniziative: che cosa non funziona, per esempio, nel modo in cui le istituzioni promuovono la comunicazione interculturale? E nel modo in cui i giornalisti parlano delle persone di origine straniera? Che cosa si potrebbe fare per migliorare la presente situazione?

- Spiegazione del corso dell'azione e delle regole di discussione

La discussione durerà un'ora e mezza.

Vi inviterò a condividere con il gruppo di discussione le vostre riflessioni e le vostre idee su diversi argomenti e a discutere di questo con gli altri partecipanti.

Una cosa importante: non ci sono risposte corrette e risposte sbagliate; tutti i commenti sugli argomenti di discussione, senza alcuna distinzione, saranno benvenuti.

Vi prego di segnalarmi (facendomi un cenno di alzata di mano) se non siete d'accordo o, anche semplicemente, se avete una diversa visione sulle cose che vengono dette.

Ci sono solo poche regole, ma molto importanti, da rispettare durante la discussione: non interrompere chi sta parlando ed evitare di esprimere critiche di tipo personale sugli altri partecipanti.

Prima di iniziare, vi voglio illustrare alcuni aspetti tecnici: registreremo l'audio della discussione. Le registrazioni verranno utilizzate esclusivamente per questo studio, uno studio di carattere scientifico. Quando analizzerò le discussioni, infatti, l'ascolto delle registrazioni mi aiuterà a ricordare che cosa è emerso dalla discussione: che cosa è stato detto e in quale contesto. Nessuna delle registrazioni audio verrà resa pubblica o ceduta a nessun'altra persona al di fuori del gruppo di ricerca. Tutto quello che direte sarà considerato come strettamente confidenziale: può darsi che verrà citata qualche parte di questa discussione nei report che produrremo, ma verrà assolutamente garantito il vostro anonimato. Se citeremo quanto da voi detto, non comparirà né il vostro nome né quello della vostra associazione.

Fase 3 – Discussione sulla rappresentazione mediale delle persone immigrate sui telegiornali locali (circa 40 minuti)

- o Stimolo iniziale (circa 15 minuti)

Al fine di stimolare la discussione e di superare la potenziale esitazione da parte dei partecipanti, il facilitatore chiede loro di riflettere su uno stimolo: il completamento di una frase:

- **“Quando i telegiornali ed i giornali locali dell’Emilia-Romagna parlano di persone di origine straniera, parlano quasi sempre di**”

Il facilitatore spiega: “con questo esercizio (il gioco del completamento di una frase) vogliamo capire **quali sono, secondo voi, gli argomenti che i telegiornali associano più spesso alle persone immigrate. Quando i telegiornali o i giornali locali producono una notizia su una o più persone immigrate, di che cosa parlano? Quali argomenti trattano più spesso?** In quale tipo di notizie compaiono più spesso le persone di origine straniera?”.

Il facilitatore consegna loro un foglio di carta e gli chiede di riflettere per 2 o 3 minuti sulla frase, chiedendo di annotare quella che secondo loro è la risposta migliore (possono indicare anche più di un tema, possono scrivere in una lingua diversa dall'italiano, non devono consegnare il foglio).

Dopo che tutti i partecipanti hanno finito di scrivere, il facilitatore inizia un giro di tavola chiedendo ad ogni partecipante di presentarsi (nome e associazione) e di condividere con il gruppo il risultato della sua riflessione, spiegando perché ha risposto in tal modo. Il facilitatore o gli altri partecipanti possono intervenire immediatamente (senza però interrompere chi parla) in caso escano subito temi controversi, originali o

rilevanti. L'importante è che ogni partecipante abbia la possibilità di esternare la sua riflessione e di presentarsi nei primi 20 minuti.

[Dal momento in cui inizia la discussione, il facilitatore gestisce i turni di parola prendendo nota delle richieste di parola formulate dai partecipanti. L'assistente prende invece appunti su chi ha preso parola (facendo riferimento al nome e all'associazione) e sui principali argomenti trattati nei diversi interventi. Questo aiuterà ad orientare i ricercatori nella fase di trascrizione della discussione].

o *Discussione (circa 25 minuti)*

Le risposte dei partecipanti serviranno come primo stimolo per la successiva discussione. In caso non emergano spontaneamente nel corso della discussione, il facilitatore può portare la discussione sui temi di interesse per la presente ricerca ponendo le seguenti domande:

- Secondo voi, quanto i telegiornali o i giornali locali parlano di persone immigrate, quanto spazio dedicano ad argomenti come la **criminalità o l'illegalità**?
- **Da cosa pensate che dipenda** questo (il fatto che i media locali associno spesso le persone di origine straniera con argomenti come la criminalità e l'illegalità)?
- Viene dato spazio anche ad **altri argomenti**? Quali?
- C'è un **tema legato agli immigrati, o di interesse** per gli immigrati, **che vi piacerebbe venisse trattato** dai media locali? Perché pensate che sarebbe utile trattare questo tema?
- Vi è **mai capitato di vedere** un **servizio** giornalistico sui Tg locali che trattava **questioni legate alle persone immigrate** in un modo che secondo voi era particolarmente **positivo** e utile? C'è qualche **"BUONA PRATICA"** da segnalare?
- I media locali parlano di **immigrati impegnati nell'economia locale**? Parlano di immigrati/imprenditori o di immigrati lavoratori?
- Quando i media locali parlano di persone di origine straniera, tendono ad impiegare **stereotipi o luoghi comuni**? Quali?
- Secondo voi, **come potrebbe migliorare l'informazione** giornalistica sulle persone immigrate? Che cosa si potrebbe fare per fornire un'informazione più equilibrata? Vi viene in mente qualche **idea**, qualche **suggerimento**?
- Pensate che **se ci fossero più giornalisti di origine straniera** l'informazione giornalistica sulle persone immigrate potrebbe migliorare?
- I media locali **danno voce alle persone immigrate** quando parlano di argomenti che li riguardano o li interessano? Le persone immigrate hanno l'opportunità di esprimere il loro punto di vista quando vengono trattati argomenti che li riguardano?
- Pensate che vi siano **differenze** tra l'informazione offerta dalla televisione locale e quella offerta dai giornali locali o dai siti Internet che si occupano di fatti locali? **C'è un telegiornale, un giornale o un sito** Internet locale che, secondo voi, offre **un'informazione più attenta** ed articolata quando parla di persone immigrate?
- C'è qualcosa che ritenete sia **particolarmente fastidioso** nel modo in cui i media locali parlano delle persone immigrate? Quando i giornalisti parlano di immigrati, c'è qualche **termine**, parola o espressione che pensate sia particolarmente fastidiosa o inopportuna?

Fase 4 – Discussione sui servizi informativi per le persone immigrate (circa 15 minuti)

Il facilitatore spiega:

In Emilia-Romagna opera una rete di sportelli informativi per stranieri, presenti in diversi **comuni** (sia in quelli di grandi dimensioni, sia in comuni più piccoli) o in diversi **quartieri** nelle città più grandi, dove è possibile ricevere informazioni e aiuto per compilare documenti e richieste di servizi.

- Voi avete **mai sentito parlare di questi sportelli**? Avete un'idea di **come funzioni** questo tipo di servizi?
- Ritenete che sia una cosa **utile** il fatto che ci siano degli sportelli informativi per le persone di origine straniera?
- Che cosa **funziona di più** nei servizi di questi sportelli?
- Che cosa **funziona poco**, o potrebbe funzionare meglio, nei servizi offerti da questi sportelli?
- Gli **orari di apertura** al pubblico sono adeguati?
- Il personale è sufficientemente **cortese e disponibile**?
- Secondo voi, una **persona che parla poco l'italiano**, riuscirebbe ad ottenere le informazioni che cerca presso uno sportello informativo per stranieri?
- Secondo voi che **cosa può essere migliorato** nei servizi offerti da questi sportelli? Cosa si potrebbe fare per far funzionare meglio questi servizi? Avete qualche suggerimento?

Il facilitatore spiega:

Ora vorrei concentrarmi sulla dimensione della comunicazione: in particolare, su come si potrebbe migliorare la conoscenza delle persone di origine straniera sui servizi offerti da questi sportelli.

- Secondo voi, **come si potrebbe comunicare in modo efficace l'esistenza** ed i **servizi** offerti dagli sportelli informativi per stranieri?
- **Quale** sarebbe il **mezzo** di comunicazione più efficace (TV, giornali, Internet, volantini)?
- **Chi** potrebbe comunicare con maggior efficacia l'esistenza ed i servizi offerti da questi sportelli? Il comune? Le associazioni che si occupano di persone immigrate o i centri interculturali? I giornalisti?

Il facilitatore spiega:

Parliamo ora dei servizi informativi generali dei comuni, non quelli che si rivolgono nello specifico alle persone di origine straniera, ma quelli rivolti a tutti i cittadini, come per esempio gli **URP** (ufficio relazioni con il pubblico) o lo **sportello sociale** (lo sportello dove è possibile ottenere informazioni, orientamento e aiuto sui servizi sociali).

- Secondo voi, una **persona che parla poco l'italiano può riuscire ad ottenere le informazioni che desidera** interagendo con questi servizi?
- Secondo voi, **cosa si potrebbe fare** per rendere i servizi informativi generali delle istituzioni locali **maggiormente in linea con le esigenze delle persone di origine straniera**? Avete qualche suggerimento?

Fase 5 – Discussione sulle iniziative di comunicazione interculturale (circa 25 minuti)

Ora vorrei trattare l'ultimo tema, quello delle iniziative di comunicazione interculturale.

Vi è mai capitato contribuire all'organizzazione o di partecipare ad **iniziative locali** che promuovono la **lotta al razzismo** e alla **discriminazione**? Oppure, vi è mai capitato di partecipare o di contribuire all'organizzazione di iniziative locali finalizzate a far **conoscere le culture di origine** o la **situazione** in cui si trovano le persone immigrate? Mi potete fare qualche esempio?

Pensate che questo tipo di iniziative siano **utili**? Pensate che dovrebbero essercene di più?

Che cosa **funziona meglio** in queste iniziative? Quali sono invece, gli elementi di **criticità**, ciò che potrebbe essere migliorato in questo tipo di iniziative?

Secondo voi, le **televisioni ed i giornali locali sono interessati** a questo tipo di iniziative? Perché?

Che **cosa** pensate che **si potrebbe fare** affinché queste iniziative di comunicazione siano **maggiormente efficaci** nell'attirare l'attenzione dei cittadini e dei giornalisti?

Fase conclusiva

Il facilitatore ringrazia i partecipanti e chiede di firmare un registro delle presenze.

Realizzazione del focus group con persone immigrate (attività n. 8 del progetto)

Il progetto prevede la realizzazione di due focus group, uno condotto con 6/10 esponenti di associazioni ed enti no profit che si occupano di persone immigrate, l'altro con 6/10 persone immigrate. Questa è la traccia per il focus group condotto con **persone immigrate**.

L'approccio adottato per la conduzione del focus group è di tipo non direttivo e non strutturato. Il facilitatore svolge un ruolo attivo nel sottoporre una serie di stimoli iniziali (sotto forma di domande) che sono finalizzati ad incentivare una discussione spontanea tra i partecipanti. Il facilitatore interviene per fare in modo che gli interventi dei partecipanti non si accavallino e, eventualmente, per re-indirizzare la discussione in caso questa si sposti su tematiche non di interesse per il progetto.

Fase 1 – Preparazione

- Il facilitatore chiede ai partecipanti di scrivere il loro nome (possono scrivere anche un soprannome, ma non il cognome) su un foglio di carta da esporre al fine di permettere agli altri partecipanti di rivolgersi loro chiamandoli per nome.
- L'assistente avvia i registratori e si assicura che funzionino correttamente.

Fase 2 – Introduzione (circa 10 minuti)

- Il facilitatore si presenta e spiega brevemente il progetto:

Benvenuti a tutti, sono felice che voi siate venuti per discutere di comunicazione interculturale. Io sono Alessio Cornia, sono un ricercatore di ISIMM RICHERCHE e avrò il piacere di moderare e facilitare la discussione di oggi.

Questo progetto (SISTER) ha due obiettivi principali:

- c) migliorare il modo in cui i media locali dell'Emilia-Romagna rappresentano le persone di origine straniera**
- d) migliorare la comunicazione sui servizi informativi che si rivolgono alle persone straniere e, più in generale, la comunicazione interculturale in Emilia-Romagna**

Oggi siamo qui per raccogliere le vostre opinioni su questi temi.

Voglio sottolineare una cosa: non è importante che voi abbiate avuto delle esperienze personali con i servizi informativi per stranieri o con i media locali. Certo, se le avete avute questo ci interessa molto. Ma non è indispensabile che voi abbiate avuto questo genere di esperienze. Quello che ci interessa sono le vostre riflessioni/opinioni, per cercare di capire come si può migliorare la comunicazione interculturale, la comunicazione rivolta alle persone straniere e l'informazione giornalistica sulle persone immigrate.

- Spiegazione del corso dell'azione e delle regole di discussione

La discussione durerà un'ora e mezza.

Vi inviterò a condividere con il gruppo di discussione le vostre riflessioni e le vostre idee su diversi argomenti e a discutere di questo con gli altri partecipanti.

Una cosa importante: non ci sono risposte corrette e risposte sbagliate; tutti i commenti sugli argomenti di discussione, senza alcuna distinzione, saranno benvenuti.

Vi prego di segnalarmi (facendomi un cenno di alzata di mano) se non siete d'accordo o, anche semplicemente, se avete una diversa visione sulle cose che vengono dette.

Ci sono solo poche regole, ma molto importanti, da rispettare durante la discussione: non interrompere chi sta parlando ed evitare di esprimere critiche di tipo personale sugli altri partecipanti.

Prima di iniziare, vi voglio illustrare alcuni aspetti tecnici: registreremo l'audio della discussione. Le registrazioni verranno utilizzate esclusivamente per questo studio, uno studio di carattere scientifico. Quando analizzerò le discussioni, infatti, l'ascolto delle registrazioni mi aiuterà a ricordare che cosa è emerso dalla discussione: che cosa è stato detto e in quale contesto. Nessuna delle registrazioni audio verrà resa pubblica o ceduta a nessun'altra persona al di fuori del gruppo di ricerca. Tutto quello che direte sarà considerato come strettamente confidenziale: può darsi che verrà citata qualche parte di questa discussione nei report che produrremo, ma verrà assolutamente garantito il vostro anonimato. Non comparirà né il vostro nome né altri particolari che consentano l'identificazione dei partecipanti a questo gruppo di discussione.

Fase 3 – Discussione sulla rappresentazione mediale delle persone immigrate sui telegiornali locali (circa 45 minuti)

- Stimolo iniziale (circa 15 minuti)

Al fine di stimolare la discussione e di superare la potenziale esitazione da parte dei partecipanti, il facilitatore chiede loro di riflettere su uno stimolo: il completamento di una frase:

- **“Quando i telegiornali ed i giornali locali dell’Emilia-Romagna parlano di persone di origine straniera, parlano quasi sempre di**”

Il facilitatore spiega: “con questo esercizio (il gioco del completamento di una frase) vogliamo capire **quali sono, secondo voi, gli argomenti che i telegiornali associano più spesso alle persone immigrate. Quando i telegiornali o i giornali locali producono una notizia su una o più persone immigrate, di che cosa parlano? Quali argomenti trattano più spesso?** In quale tipo di notizie compaiono più spesso le persone di origine straniera?”.

Il facilitatore consegna loro un foglio di carta e gli chiede di riflettere per 2 o 3 minuti sulla frase, chiedendo di annotare quella che secondo loro è la risposta migliore (possono indicare anche più di un tema, possono scrivere in una lingua diversa dall'italiano, non devono consegnare il foglio).

Dopo che tutti i partecipanti hanno finito di scrivere, il facilitatore inizia un giro di tavola chiedendo ad ogni partecipante di presentarsi (nome ed età) e di condividere con il gruppo il risultato della sua riflessione, spiegando perché ha risposto in tal modo. Il facilitatore o gli altri partecipanti possono intervenire immediatamente (senza però interrompere chi parla) in caso escano subito temi controversi, originali o rilevanti. L'importante è che ogni partecipante abbia la possibilità di esternare la sua riflessione e di presentarsi nei primi 20 minuti.

[Dal momento in cui inizia la discussione, il facilitatore gestisce i turni di parola prendendo nota delle richieste di parola formulate dai partecipanti. L'assistente prende invece appunti su chi ha preso parola (facendo riferimento al nome o al soprannome esposto dai partecipanti) e sui principali argomenti trattati nei diversi interventi. Questo aiuterà ad orientare i ricercatori nella fase di trascrizione della discussione].

o *Discussione (circa 20 minuti)*

Le risposte dei partecipanti serviranno come primo stimolo per la successiva discussione. In caso non emergano spontaneamente nel corso della discussione, il facilitatore può portare la discussione sui temi di interesse per la presente ricerca ponendo le seguenti domande:

- Secondo voi, quanto i telegiornali o i giornali locali parlano di persone immigrate, quanto spazio dedicano ad argomenti come la **criminalità o l'illegalità**?
- **Da cosa pensate che dipenda** questo (il fatto che i media locali associno spesso le persone di origine straniera con argomenti come la criminalità e l'illegalità)?
- Viene dato spazio anche ad **altri argomenti**? Quali?
- C'è un **tema legato agli immigrati, o di interesse** per gli immigrati, **che vi piacerebbe venisse trattato** dai media locali? Perché pensate che sarebbe utile trattare questo tema?
- Vi è **mai capitato di vedere un servizio** giornalistico sui Tg locali che trattava **questioni legate alle persone immigrate** in un modo che secondo voi era particolarmente **positivo** e utile?
- I media locali parlano di **immigrati impegnati nell'economia locale**? Parlano di immigrati/imprenditori o di immigrati lavoratori?
- Quando i media locali parlano di persone di origine straniera, tendono ad impiegare **stereotipi o luoghi comuni**? Quali?
- Secondo voi, **come potrebbe migliorare l'informazione** giornalistica sulle persone immigrate? Che cosa si potrebbe fare per fornire un'informazione più equilibrata? Vi viene in mente qualche **idea**, qualche **suggerimento**?
- Pensate che **se ci fossero più giornalisti di origine straniera** l'informazione giornalistica sulle persone immigrate potrebbe migliorare?
- I media locali **danno voce alle persone immigrate** quando parlano di argomenti che li riguardano o li interessano? Le persone immigrate hanno l'opportunità di esprimere il loro punto di vista quando vengono trattati argomenti che li riguardano?
- Pensate che vi siano **differenze** tra l'informazione offerta dalla televisione locale e quella offerta dai giornali locali o dai siti Internet che si occupano di fatti locali? **C'è un telegiornale, un giornale o un sito** Internet locale che, secondo voi, offre **un'informazione più attenta** ed articolata quando parla di persone immigrate?
- C'è qualcosa che ritenete sia **particolarmente fastidioso** nel modo in cui i media locali parlano delle persone immigrate? Quando i giornalisti parlano di immigrati, c'è qualche **termine**, parola o espressione che pensate sia particolarmente fastidiosa o inopportuna?

o *Gioco di ruolo (circa 10 minuti)*

Proviamo a metterci nei panni dei giornalisti. Immaginiamo di essere dei giornalisti, e ci viene affidato il compito di scrivere una notizia per un quotidiano su un episodio di cronaca: una persona è stata arrestata con l'accusa di aver rapinato una signora che passeggiava in un parco di Bologna. Voi, in quanto giornalisti, come prima cosa telefonate alla polizia, che vi fornisce alcuni dettagli sulle persone coinvolte e sulla dinamica dei fatti:

- la signora rapinata è una professoressa di matematica in un liceo della provincia di Bologna, e tutte le sere va a portare il suo cane a passeggiare al parco.
- La persona arrestata è un elettricista di 24 anni, di origine albanese.

- Secondo quanto riferito dalla polizia, la persona arrestata avrebbe minacciato la signora con un coltello, si sarebbe fatto consegnare il portafoglio ed il cellulare e sarebbe scappata

Bene, voi come daresti la notizia? Che cosa scrivereste nel vostro articolo? Quale titolo daresti alla notizia?

Il facilitatore inizia un giro di tavola chiedendo ad ogni partecipante di spiegare cosa scriverebbe nell'articolo.

Domande per stimolare la discussione:

- a) Voi nel titolo scrivereste che la persona arrestata è di origine albanese?
- b) E nel testo dell'articolo? Lo scrivereste?
- c) Come definireste la persona arrestata? Lo chiamereste "l'albanese" o, che ne so, "l'elettricista" o "il giovane"?

Fase 4 – Discussione sui servizi informativi per le persone immigrate (circa 20 minuti)

Il facilitatore spiega:

In Emilia-Romagna opera una rete di sportelli informativi per stranieri, presenti in diversi **comuni** (sia in quelli di grandi dimensioni, sia in comuni più piccoli) o in diversi **quartieri** nelle città più grandi, dove è possibile ricevere informazioni e aiuto per compilare documenti e richieste di servizi.

- Voi avete **mai sentito parlare di questi sportelli**?
 - Se sì, come ne siete venuti a conoscenza? Siete stati indirizzati dal personale di altri uffici del comune, tramite il passaparola di amici e conoscenti o tramite la televisione, i giornali o Internet?
- Siete **mai andati in uno di questi sportelli** per chiedere informazioni o aiuto nel compilare dei documenti?
- Ritenete che sia una cosa **utile** il fatto che ci siano degli sportelli informativi per le persone di origine straniera?

Se un certo numero di partecipanti conosce gli sportelli, il facilitatore pone le seguenti domande:

Domanda per chi conosce lo sportello ma non c'è mai andato:

- Per quale **motivo non avete mai utilizzato i servizi** dello sportello?

Domande per chi è andato allo sportello:

- Che cosa **funziona di più** nei servizi di questi sportelli?
- Che cosa **funziona poco**, o potrebbe funzionare meglio, nei servizi offerti da questi sportelli?
- Gli **orari di apertura** al pubblico sono adeguati?
- Il personale è **cortese e disponibile**?
- Secondo voi, una **persona che parla poco l'italiano**, riuscirebbe ad ottenere le informazioni che cerca presso uno sportello informativo per stranieri?
- Secondo voi che **cosa può essere migliorato** nei servizi offerti da questi sportelli? Cosa si potrebbe fare per far funzionare meglio questi servizi? Avete qualche suggerimento?

Il facilitatore spiega:

Ora vorrei concentrarmi sulla dimensione della comunicazione: in particolare, su come si potrebbe migliorare la conoscenza delle persone di origine straniera sui servizi offerti da questi sportelli.

- Secondo voi, **come si potrebbe comunicare in modo efficace l'esistenza** ed i **servizi** offerti dagli sportelli informativi per stranieri?

- **Quale** sarebbe il **mezzo** di comunicazione più efficace (TV, giornali, Internet, volantini)?
- **Chi** potrebbe comunicare con maggior efficacia l'esistenza ed i servizi offerti da questi sportelli? Il comune? Le associazioni che si occupano di persone immigrate o i centri interculturali? I giornalisti?

Il facilitatore spiega:

Parliamo ora dei servizi informativi generali dei comuni, non quelli che si rivolgono nello specifico alle persone di origine straniera, ma quelli rivolti a tutti i cittadini, come per esempio gli **URP** (ufficio relazioni con il pubblico) o lo **sportello sociale** (lo sportello dove è possibile ottenere informazioni, orientamento e aiuto sui servizi sociali).

- **Siete mai andati in Comune**, in Provincia o in Regione **a chiedere qualche tipo di informazione o un certificato**? Siete mai stati, per esempio, **nell'URP** (ufficio relazioni con il pubblico) del vostro comune o nello **sportello sociale**?
- **Che esperienza avete avuto**? Le **informazioni** che vi hanno dato erano **chiare**? Il personale era **disponibile** e cortese?
- Secondo voi una **persona che parla poco l'italiano** sarebbe riuscita ad **ottenere delle informazioni**?
- Secondo voi, **cosa si potrebbe fare** per rendere i servizi informativi generali delle istituzioni locali **maggiormente in linea con le esigenze delle persone di origine straniera**? Avete qualche suggerimento?

Fase 5 – Discussione sulle iniziative di comunicazione interculturale (circa 15 minuti)

Ora vorrei trattare l'ultimo tema, quello delle iniziative di comunicazione interculturale.

Vi è mai capitato di vedere delle **iniziative locali** che promuovono la **lotta al razzismo** e alla **discriminazione**? Avete mai visto dei manifesti o dei volantini su questi temi? Oppure degli eventi, come delle conferenze o delle feste, che promuovevano questi temi? Oppure, vi è mai capitato di vedere delle campagne di comunicazione su questi temi sulle televisioni o sui giornali locali?

E vi è mai capitato di vedere delle iniziative locali finalizzate a far **conoscere le culture di origine** o la **situazione** in cui si trovano le persone immigrate?

Pensate che questo tipo di iniziative siano **utili**? Pensate che dovrebbero essercene di più?

Secondo voi, **le televisioni ed i giornali locali sono interessati** a questo tipo di iniziative? Vi piacerebbe che i telegiornali ed i giornali locali parlassero di più di discriminazione o delle culture di origine delle persone immigrate?

Che **cosa** pensate che **si potrebbe fare** affinché queste iniziative di comunicazione siano **maggiormente efficaci** nell'attrarre l'attenzione dei cittadini e dei giornalisti?