il clima di ostilità verso i migranti e la responsabilità dei media



il ministro dell'interno Matteo Salvini durante un talk show televisivo, 20 giugno 2018

Il ruolo di giornali e tv rispetto al razzismo in Italia

Annalisa Camilli, giornalista di Internazionale

"Qual è la responsabilità dei mezzi d'informazione rispetto al

crescente clima di ostilità verso immigrati e rifugiati in Italia?”

a questa domanda risponde il prezioso rapporto dell’associazione Carta di Roma, che da anni monitora i toni usati da giornali e tv per parlare del fenomeno migratorio. Lo studio aiuta a capire come sia stato possibile passare rapidamente da un contesto accogliente verso i rifugiati, i migranti e i richiedenti asilo a un atteggiamento diffuso di paura e ostilità. L’ultimo rapporto, *Notizie di chiusura*, scritto insieme all’Osservatorio di Pavia, è stato presentato l’11 dicembre alla camera dei deputati e offre un’analisi del ruolo che i mezzi d’informazione hanno giocato nell’ultimo anno (l’analisi è aggiornata al 31 ottobre del 2018).

Il legame troppo stretto tra mezzi d’informazione e politica è uno dei principali indiziati in un momento storico in cui la campagna elettorale è perenne e gli immigrati sono diventati protagonisti dei programmi politici di alcuni partiti. Sempre più spesso i politici rilasciano interviste senza contraddittorio, soprattutto in tv: “Una delle principali caratteristiche della tematizzazione della questione migratoria nel 2018 è certamente la politica, protagonista a tutti i livelli, italiano, interstatale ed europeo”.

Secondo il rapporto di Carta di Roma, nel 2018 il 43 per cento delle notizie sull’immigrazione contiene un riferimento esplicito a una dichiarazione o a un’azione politica e in alcuni mesi, come luglio e agosto, la percentuale raggiunge il 53 per cento. “Se si guarda all’agenda dei notiziari nel loro complesso, la politica è presente in media nel 21 per cento delle notizie. Dato che suggerisce la sovrapposizione dell’agenda politica con quella dell’immigrazione e viceversa”, si legge nel rapporto. Come spiega Ilvo Diamanti nella prefazione, la questione migratoria è diventata “il tema principale” dei discorsi dei politici, determinando una polarizzazione e uno scontro nel dibattito pubblico:

I migranti sono al centro di un confronto, o meglio, uno scontro politico e di valori. Che spinge sulla leva delle emozioni. Anche per questo il tema risulta meno frequente e frequentato sui giornali di carta. Non solo, cioè, perché i giornali di carta hanno subìto un pesante ridimensionamento, negli ultimi anni. E, dunque, sono meno utili sul piano della risonanza e della propaganda. Ma soprattutto perché, per suscitare emozioni, funziona molto meglio la televisione. Che, come ha rilevato l'Osservatorio di Demos-Coop nelle scorse settimane, continua a essere il medium più seguito dagli italiani, per informarsi quotidianamente: 87 per cento (mentre i giornali di carta sono consultati, regolarmente, da meno del 20 per cento dei cittadini). Così, mentre nel corso degli ultimi mesi sulle prime pagine dei giornali l'immigrazione ha occupato uno spazio minore rispetto all'anno precedente, nei telegiornali e nei notiziari di prima serata sono divenuti un tema ricorrente.

L'influenza della tv

Il rapporto ha rilevato che l'attenzione sul fenomeno migratorio è stata maggiore in tv e minore sulla carta stampata. Sulle prime pagine dei principali quotidiani nazionali, si è assistito a una riduzione delle notizie sul tema rispetto agli anni precedenti: nel 2018 sono state 834, contro le 1.006 dello stesso periodo nel 2017. Invece nei telegiornali di prima serata delle reti Rai, Mediaset e La7 è aumentato il numero delle notizie sull'immigrazione: 4.058 nei primi dieci mesi del 2018, il 10 per cento in più rispetto all'anno precedente.

La questione dei flussi migratori è stata preponderante mentre sono diminuiti gli articoli e le notizie sul tema dell'accoglienza

I due quotidiani che hanno dedicato più notizie al tema dell'immigrazione nel 2018 sono Avvenire (251) e Il Giornale (190). La Stampa, la Repubblica e il Corriere della Sera hanno pubblicato un numero di notizie in prima pagina simile, che

oscilla dalle 137 della Stampa alle 123 del Corriere della Sera. La significativa diminuzione degli arrivi di migranti nella seconda metà del 2017 e nel 2018 non ha coinciso con una riduzione del numero di titoli giornalieri e di notizie sul tema. Se nel 2015 c'è stato in media un titolo ogni otto migranti arrivati sulle coste italiane, nel 2018 questo rapporto è diventato di un titolo ogni due migranti.

Allarmismo

Se si analizzano i temi maggiormente trattati, emerge che la questione dei flussi migratori è stata preponderante (dal 23 per cento del 2015 al 47 per cento del 2018), mentre sono diminuiti gli articoli e le notizie sul tema dell'accoglienza (dal 54 per cento del 2015 al 17 per cento del 2018). Nel 2018 si è registrata una diminuzione dei toni allarmistici. Circa un quarto delle notizie (24 per cento) ha avuto toni allarmistici, rispetto al 46 per cento dell'anno precedente. I titoli rassicuranti sono passati dal 5 per cento del 2017 al 12 per cento del 2018.

Le categorie tematiche più sensibili ai toni allarmistici sono quelle che riguardano la criminalità e la sicurezza (56 per cento) e il terrorismo (55 per cento). Un certo allarmismo è stato registrato anche nella voce che riguarda i flussi migratori (19 per cento), per l'uso reiterato dei termini "invasione", "allarme", "emergenza" e la presenza di toni aspri e preoccupati sull'intensificazione degli scontri tra paesi europei, l'assenza di soluzioni condivise, il caos alle frontiere nazionali nel cuore dell'Europa.

Il rapporto di Carta di Roma ha studiato anche l'uso delle parole chiave nel corso degli ultimi anni, e il filo conduttore rimane sempre l'emergenza: "Nel 2013 la parola simbolo dell'anno è stata Lampedusa, la cornice era quella della crisi umanitaria. Il termine simbolo dell'anno successivo, il 2014, è stato Mare nostrum, la crisi si ampliava e diventava inarrestabile. Nel 2015 la parola simbolo è stata Europa e la cornice ha assunto i caratteri di una

crisi politica. Il termine simbolo del 2016 è stato muri, quelli reali e quelli simbolici alzati ai confini e nel cuore dell'Europa, la cornice è diventata quella di una crisi sistemica dell'Unione europea. La parola simbolo del 2017 è stata ong e la cornice è diventata crisi di rigetto. Nel 2018, la parola simbolo è stata Salvini, protagonista di 865 titoli, la cornice è diventata quella dello scontro di valori, per l'inasprirsi del confronto politico europeo e lo sfaldamento del tessuto condiviso di valori comunitari".

> ***"Pacchia, crociera, clandestino, la paghetta dei 35 euro, invasione, sono le parole con cui la politica ha fatto la sua propaganda, ma che sono rimbalzate su tutti i giornali e su tutti i telegiornali, senza contraddittorio"***

ha detto durante la conferenza stampa di presentazione del rapporto Valerio Cataldi, presidente dell'associazione Carta di Roma. Come a dire che la politica è da sempre anche propaganda, ma il ruolo dell'informazione sarebbe quello di verificare e sottoporre a contraddittorio gli slogan dei politici. Se nell'anno che verrà avremo un'immagine più realistica del fenomeno migratorio molto dipenderà dall'accuratezza e dall'indipendenza dei giornalisti che sulla carta stampata e in tv si occuperanno di questo tema.