



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

COMUNICATO STAMPA

UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE E FONDAZIONE ISMU

MIGRATIONS MEDIATIONS

Media, arti e cultura nelle politiche di inclusione

Giovedì 17 gennaio 2019, ore 9.30-19.30 (Aula N. 110) e venerdì 18 gennaio ore 9.30-13.30 (Aule N. 010-011)

Università Cattolica del Sacro Cuore, Via Nirone 15, Milano

Il 17 e il 18 gennaio 2019 si terrà presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore a Milano il **convegno *Migrations Mediations. Media e arti performative nelle politiche di inclusione*** (<https://www.migrations-mediations.com/>). Il convegno fa parte dell'iniziativa *Migrazioni/Mediazioni*, interamente finanziata dall'Università Cattolica e realizzata dal Dipartimento di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo, in collaborazione con la Fondazione ISMU, volta a comprendere, sostenere e ottimizzare il lavoro degli operatori e degli artisti di cinema, televisione, teatro, arte impegnati sul fronte del dialogo interculturale.

In particolare il 17 gennaio, alle ore 12, verrà presentato il volume ***Migrazioni e comunicazione politica. Le elezioni Regionali del 2018 tra vecchi e nuovi media*** (a cura di Marina Villa, Milano, FrancoAngeli, 2019, nelle librerie dal prossimo 23 febbraio). Il volume è il risultato di una **ricerca svolta dall'Università Cattolica in collaborazione con la Fondazione ISMU**. La ricerca ha analizzato in particolare le **campagne elettorali del 2018** per il rinnovo della Presidenza delle Regioni Lazio e Lombardia, indagando il modo in cui i **media tradizionali**, come la televisione e la stampa, hanno interagito con le **piattaforme social, quali Facebook e Twitter** e quanto abbia influito sulle votazioni l'opinione degli elettori sui migranti.

Dall'indagine risulta che nel mese di campagna elettorale che ha preceduto l'*election day* del 4 marzo 2018, nella fascia di primetime dei telegiornali delle sette reti nazionali è stato trasmesso un totale di 4.050 notizie, di cui 405 dedicate al tema "immigrazione" (pari al 10%). Passando invece all'analisi della carta stampata locale, in Lombardia la provincia di Brescia risulta essere, con 56 articoli, la più sensibile al tema dell'immigrazione e l'area metropolitana di Milano è in fondo alla classifica con 5 articoli, mentre in Lazio l'argomento appare meno rilevante. Per quanto riguarda i social, e in particolare Facebook, risulta che su un totale di 5.254 post dedicati dai candidati presidenti e dai loro partiti alla campagna elettorale (3.444 per la Lombardia e 1.810 per il Lazio), solamente 534 (pari al 10,2%) fanno riferimento alla questione migratoria. Dai 25 account Twitter degli aspiranti governatori e dei partiti in Lombardia e Lazio sono stati prodotti 3.830 tweet, di cui l'8,8% (339) hanno riguardato i migranti. **(vedi scheda allegata)**

Durante la seconda giornata di *Migrations Mediations*, il 18 gennaio, si segnala l'incontro ***La città multietnica: il caso Milano***, in cui si parlerà di immigrazione e processi di inclusione nel capoluogo lombardo. L'iniziativa *Migrations Mediations* presenterà in questa occasione un **database di tutte le realtà (associazioni, organizzazioni, fondazioni, compagnie teatrali, case di produzione, eccetera) attive sul territorio milanese** che si sono impegnate, nell'arco degli ultimi tre anni, in progetti di dialogo interculturale mediante strumenti mediali, artistici, teatrali, culturali (<https://www.migrations-mediations.com/il-database-della-ricerca/il-database-delle-esperienze-e-degli-operatori/>).

Dall'analisi di un primo campione di 138 realtà, risulta che i soggetti che più sostengono gli interessi istituzionali verso l'inclusione sociale delle comunità straniere sono associazioni culturali (61%), fondazioni (11%), enti pubblici o privati (10%) e cooperative sociali (7%). In secondo luogo, la distribuzione delle iniziative sul territorio mostra un'interessante concentrazione nel centro storico, affiancata però da una intensa presenza di esperienze innovative nelle zone a più alta densità di comunità straniere (San Siro, Loreto-Via Padova, Calvairate, Dergano). Ancora: i settori mediali di maggior investimento sono rappresentati in prima battuta dal teatro tradizionale o di animazione (22%), seguito dai media audiovisivi (19%), l'arte (14%), la musica e la fotografia (entrambe al 12%), sullo sfondo di un diffuso impiego dei canali social e digital come strumenti di comunicazione imprescindibili per la visibilità e la diffusione delle iniziative, anche di livello locale.

Si allega il **programma completo** del convegno (che è a **partecipazione pubblica e gratuita**) e una **scheda con i dati della ricerca** dell'Università Cattolica, in collaborazione con Fondazione ISMU, su **Immigrazione, Politica e Media** raccolti nel volume *Migrazioni e comunicazione politica. Le elezioni Regionali del 2018 tra vecchi e nuovi media* (a cura di Marina Villa, Milano, FrancoAngeli, 2019).

Per informazioni:

Ufficio stampa ISMU
Via Copernico, 1, 20125 Milano
Francesca Serva e Tamara Ferrari
335.5395695
ufficio.stampa@ismu.org
www.ismu.org

Ufficio Stampa Università Cattolica
Largo Gemelli, 1 20123 Milano
Emanuela Gazzotti
335.1223934
emanuela.gazzotti@unicatt.it
www.unicatt.it