



ECO-MEDIA

RAPPORTO

**“L’INFORMAZIONE AMBIENTALE IN ITALIA”
2021**

www.osa-ecomedia.it

“L’INFORMAZIONE AMBIENTALE IN ITALIA”

2021

“L’informazione è uno dei passaggi fondamentali nella transizione ecologica, con un ruolo determinante per centrare gli obiettivi di sviluppo sostenibile dettati dall’Agenda 2030”

Massimiliano Pontillo, Direttore *Rapporto Eco-Media*

INDICE

AMBIENTE E SVILUPPO SOSTENIBILE TRA INFORMAZIONE, ECONOMIA E POLITICA.....	5
OSA - Osservatorio Sostenibilità e Ambiente	9
RAPPORTO ECO-MEDIA 2021 - Introduzione metodologica	12
SEZIONE TV	14
I telegiornali	16
TG1	16
TG3	18
TG5	19
TG LA7	19
SKY TG24.....	20
TG 2000	21
TG Tele 2000	23
SEZIONE WEB	24
repubblica.it	24
corriere.it.....	26
ilsole24ore.com.....	28
ilfattoquotidiano.it	30
ilgiornale.it	31
tpi.it	33
ilrestodelcarlino/pesaro.it	35
SEZIONE RADIO	36
RTL.....	37
RAI Radio 1	37
SOCIAL NETWORK	40
CONCLUSIONI	50



**CONSULTA
D'INDIRIZZO**



Giampiero Gramaglia
Lella Mazzoli
Massimiliano Pontillo

**CONSIGLIO
DI RICERCA**



Davide Gresta Zucchi
Enrico Mascilli Migliorini
Stefano Scibilia
Sara Spimpolo
Roberta Rotelli
Guglielmo Maria Vespignani


AMBIENTE E SVILUPPO SOSTENIBILE TRA INFORMAZIONE, ECONOMIA E POLITICA

A che punto siamo con l'Agenda 2030?

Quanti passi in avanti abbiamo fatto dal 2020? Il risultato della Conferenza sul cambiamento climatico, la Cop26, aperta a Glasgow il 31 ottobre 2021 e chiusa il 12 novembre è, per ammissione dello stesso presidente Alok Sharma, “un testo annacquato” in cui in sostanza è stato solamente possibile confermare gli impegni che si erano presi a Parigi nel 2015. Per la prima volta si è parlato di fonti fossili, ma le economie - non più in via di sviluppo, ma ben cresciute - di India e Cina diventano una seria questione nella programmazione della decarbonizzazione industriale, dal momento che hanno chiesto di rinviare il processo “eco” a dopo il 2050.

Secondo il presidente Sharma, questo rinvio di venti anni sul programma rappresenta lo scarico di responsabilità di una generazione di adulti sui giovani, oltre ad aprire nuovi scenari di politica estera. L'emendamento presentato in ultima battuta proprio da Cina e India, che ha cambiato “l'abbattimento delle emissioni” nella “riduzione progressiva” di emissioni di CO₂, infatti può mettere in dubbio i propositi dell'Agenda 2030, e sostanzialmente ne ha ridefinito i parametri di azione.

È stato però sottolineato in varie sedi come, sebbene si proceda a piccoli passi, questi non sono incerti, e l'obiettivo di restare entro o sotto la soglia di 1,5° invece di 2° è stato assicurato sia dal gruppo dei 77 - i paesi più vulnerabili che costituiscono l'85 per cento della popolazione mondiale - che dai paesi sviluppati. Questi ultimi, però, non hanno voluto concedere la creazione di una struttura di finanziamento per le perdite e i danni causati da eventi meteorologici estremi legati al cambiamento climatico e destinata proprio ai 77. Messaggi, questi, che hanno avuto delle eco anche sui comportamenti personali, proprio nel momento in cui in Europa e in Italia si vedono dei risultati della lotta al climate change. Secondo i dati presentati dalla Cop26, il “vecchio continente” impatta tra l'8 e il 9 per cento sull'emissione globale dei gas serra, e nel Piano nazionale di ripresa e resilienza (Pnrr) sono molti i bonus - dall'edilizia alla mobilità - che portano l'etichetta “eco”. Il cammino verso l'ecosostenibilità comporta dei costi, e l'Agenzia europea dell'ambiente (Aea) nel suo ultimo report sui dati del 2019 ha fornito qualche dato che dimostra come i costi per rendere più sostenibile la vita in città siano un investimento. L'inquinamento atmosferico ha causato in Europa 307mila morti nel 2019, un traguardo rispetto ai 455mila del 2005. L'Italia, purtroppo, è prima in Europa per morti da biossido di azoto - più di 10mila -, ma i morti per polveri sottili sono in diminuzione.



Soprattutto i dati rilevati dall'Aea sono un monito ai governi dei paesi perché le decisioni prese vengono poi messe in campo in maniera efficace. Infatti, il 58 per cento di questi decessi si sarebbero potuti evitare se tutti i paesi dell'Unione Europea avessero rispettato i parametri dell'Organizzazione mondiale della sanità (Oms) sulle polveri sottili. Solo in Italia ci sarebbero stati 32mila decessi in meno.

Sono necessarie strategie condivise, politiche integrate, azioni concrete e un'informazione all'altezza del compito.

.....


Quanto la tematica ambientale caratterizza e determina l'informazione in Italia? Qual è il percorso compiuto dall'informazione, durante questo secondo anno di pandemia, verso l'effettiva consapevolezza delle problematiche che vanno dai fenomeni atmosferici catastrofici fino al problema della gestione e del consumo delle risorse naturali?

Il **Rapporto Eco Media 2021** intende fornire alcuni elementi di analisi per una riflessione sulla comunicazione della tematica ambientale e sostenibilità, al fine di valutare l'efficacia della sensibilizzazione del pubblico sull'argomento e l'impegno che le fonti di informazione hanno profuso per far sì che il peso di questa tematica fosse adeguatamente comunicato.

Dal monitoraggio svolto nei mesi estivi di quest'anno emerge che l'informazione legata all'ambiente e alle criticità che esso pone al futuro dell'umanità, purtroppo, tende ad avere ancora un ruolo piuttosto marginale e non viene ancora completamente percepito nelle sue forti attinenze con il sistema produttivo, politico e sociale.

Anche se sono passati quasi due anni dai primi casi di Covid 19 a febbraio 2020, la pandemia detta ancora i tempi e i ritmi dell'informazione, nonostante il periodo monitorato sia coinciso una flessione dei contagi in tutta Europa.

Molto si parla di "*climate change*" e "*green*" a ridosso delle ricorrenze globali e degli appuntamenti politici che ruotano attorno al tema. Ma generalmente, da parte dei media mainstream e delle emittenti locali monitorate, si tende a portare all'attenzione e conferire centralità al topic in occasione di fatti di cronaca molto rilevanti, come eventi legati al surriscaldamento globale, situazioni meteorologiche estreme o disastri naturali.



Si può affermare tuttavia che, rispetto al Rapporto 2020, l'inclusione nel monitoraggio della giornata mondiale dell'Ambiente (5 giugno 2021) e l'aumento numerico dei riferimenti alla tematica, abbia portato ad un incremento comunicativo del lessico e della terminologia riferita alla tematica e al rapporto sociale con le risorse ambientali.

.....

In un quadro generale, è importante segnalare un crescente impegno della società civile, delle imprese, e da qualche tempo del mondo della finanza. La società italiana, anche grazie al recente attivismo dei giovani, ha ormai preso coscienza dei problemi che ha di fronte, e domanda interventi urgenti, che operino una giusta transizione ecologica, realizzata proteggendo i più deboli ed eliminando le disuguaglianze.


In questo scenario l'informazione ha un ruolo molto importante, decisivo, anche di accelerazione, nel centrare i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile, in grado di assicurarci un futuro di maggior benessere.

L'informazione non è un mestiere semplice, ma un compito necessario.

Comprendere cosa succede, avere una visione d'insieme più ampia e sistemica costituisce la prima e fondamentale tappa di un cammino culturale per affrontare le sfide che ci aspettano nella rigenerazione di una società migliore. È uno dei passaggi fondamentali per la costruzione di un "Eco-Rinascimento". La sua rilevanza è stata riconosciuta anche dall'Ipcc e dalle Nazioni Unite, come la piattaforma necessaria per la riconversione ecologica dell'intero sistema.

Certo è che, rispetto a 10 anni fa, l'informazione ambientale è senz'altro cresciuta in termini quantitativi nel nostro paese, ma c'è bisogno di un giornalismo più moderno, capace di cogliere l'elemento di attualità e soprattutto di connettersi con le questioni economiche: il green, purtroppo, tende ad essere eccessivamente spettacolarizzato e non viene percepito del tutto nelle forti attinenze con il sistema produttivo. C'è inoltre ancora poca attenzione alle eco-soluzioni tecnologicamente sempre più possibili e vantaggiose.

È fondamentale che le tematiche di sostenibilità ambientale non siano solo relegate alle emergenze, al meteo e ai disastri naturali, ma abbiano uno spazio più ampio, visibile e costante che possa alimentare un circolo emulativo virtuoso generale.



Siamo sicuri che il passaggio verso uno sviluppo più sostenibile vada presentato e comunicato come una rinuncia, un lungo elenco di privazioni, abitudini da cancellare, azioni da non fare? Corriamo il rischio che continuerà a restare in una nicchia, quando in realtà dovremmo parlare, enfatizzando questo racconto, di un futuro fatto di case più confortevoli ed efficienti, di meno traffico e smog nelle città, di cibi biologici e più sicuri, di crescita dell'occupazione. Il punto, cioè, è che si può vivere meglio senza sacrifici. Serve un cambio di paradigma: una sostenibilità e un'ecologia del desiderio, non solo del dovere.

E l'esigenza di messaggi positivi ma anche di passionalità nei modi di trasferire la conoscenza: in questo, il "fenomeno Greta Thunberg" potrebbe aiutare a cambiare un po' anche le regole della comunicazione.

In questi anni si è evidenziata una presenza mediatica ancora non corrispondente alle esigenze globali, e soprattutto discontinua. Esiste un problema di priorità: quando la pressione e l'attivismo da parte della stampa "più influente" sulle questioni d'interesse raggiungerà un giusto livello, produrrà un'attenzione maggiore anche della politica, che tende a concentrarsi sulle sollecitazioni più avvertite dall'opinione pubblica.

È necessario, quindi, un messaggio non frammentato e disgiunto, ma che sappia connettere i vari aspetti, unire le questioni, dando notizie chiare e reali, usando una terminologia corretta, e coniugare il "freddo" dato scientifico con l'esigenza di entrare nel cuore delle persone. Solo così si sentiranno più predisposte ad agire.

OSA – OSSERVATORIO SOSTENIBILITÀ E AMBIENTE

Missione

Nel 2014 viene istituito, per la prima volta in Italia, l'**Osservatorio Sostenibilità e Ambiente** (www.osa-ecomedia.it), con l'obiettivo di dare una fotografia periodica su come le tematiche ambientali vengono trattate sui maggiori mezzi d'informazione.

OSA intende fornire elementi di analisi (monitoraggio dei media, mappature degli stakeholder, analisi valoriali) per una riflessione sulla comunicazione della sostenibilità, al fine di valutare la natura dell'informazione, l'autorevolezza delle fonti e l'efficacia della sensibilizzazione del pubblico sull'argomento

Primo e unico think tank italiano permanente sull'informazione relativa agli obiettivi dello sviluppo sostenibile e all'ambiente, si pone le seguenti finalità di:

- raccogliere dati primari e aggiornati sui flussi dell'informazione relativamente alle tematiche di sostenibilità, in ambito nazionale ed europeo;
- stimolare i grandi editori, ossia coloro che governano il sistema mediatico, affinché i temi d'interesse abbiano lo spazio e la continuità che meritano;
- incentivare una filiera produttiva di settore green, cercando così di arrivare a un prodotto finale con un minimo impatto ambientale;
- appassionare un nuovo pubblico di lettori puntando sulla sostenibilità;
- divulgare le buone pratiche, pubbliche e private, alimentando così un circolo emulativo virtuoso;
- favorire il dibattito tra esperti, studiosi, manager e professionisti della comunicazione, studenti e cittadini interessati, fornendo materiali e strumenti d'analisi sull'informazione della sostenibilità.

Organizzazione

OSA si propone di raggiungere gli obiettivi prefissati grazie al contributo e alla professionalità di diversi attori:

- **PENTAPOLIS** • Ideatore, definisce i temi da monitorare, condivide gli obiettivi con i vari partner e favorisce lo sviluppo dell'iniziativa;
- **ISTITUTO PER LA FORMAZIONE AL GIORNALISMO DI URBINO** • monitora le diverse audience e garantisce qualità scientifica e continuità alle attività concordate;
- **COMITATO SCIENTIFICO** • Ha il compito di supervisionare e garantire la qualità delle varie iniziative.
- **PARTNER** • Co-partecipano, di volta in volta, al sostegno (anche economico) per la raccolta e l'interpretazione dei dati e lo svolgimento delle molteplici attività;
- **AUDIENCE** • Rappresenta i media da monitorare e/o da analizzare

Obiettivi

I risultati delle ricerche sono funzionali all'obiettivo più generale di promuovere e sostenere un processo di advocacy, dentro e attraverso i media. I Rapporti e la loro divulgazione possono, infatti, fornire informazioni utili agli stakeholder (associazioni, enti, istituzioni, aziende), costituire oggetto di presentazione e dibattito nell'ambito di eventi aperti al pubblico (conferenze, seminari, tavole rotonde e workshop), ospitati da enti pubblici, scuole, università, favorire il confronto e la discussione dei risultati (attraverso attività seminariali e formative destinate alle scuole, ai media così come ad altre figure professionali operanti nel settore della comunicazione), rafforzare la consapevolezza sul ruolo strategico dei media nella divulgazione e promozione dello sviluppo sostenibile.

Per raggiungere i suoi obiettivi OSA realizza **tre Ricerche annuali**: la conoscenza è presupposto fondamentale per stimolare il cambiamento e per coinvolgere la società e migliorarne il benessere; e una serie di attività di comunicazione, formazione e sensibilizzazione in grado di coinvolgere i mass media, le istituzioni, le imprese, la società civile, le scuole e il grande pubblico.

Attività

Cardine del progetto è l'analisi quali/quantitativa che monitora l'attenzione e gli atteggiamenti espressi sul tema della sostenibilità.

L'analisi di OSA è composta da tre assi di ricerca periodici:

- **Rapporto Eco-Media**, dedicato in modo specifico all'informazione sui temi ambientali all'interno dell'agenda dei TG Prime Time italiani ed europei;
- **2030 Agenda Media Monitor**, dedicato alla presenza e alle modalità di presentazione dei temi legati alla sostenibilità all'interno dell'agenda dei TG Prime Time italiani e europei;
- **Leaders on twitter Research**, dedicato a come i decisori pubblici parlano di sviluppo sostenibile soprattutto sui social media.

OSA organizza una serie di attività di comunicazione ed iniziative editoriali: forum, conferenze, workshop, tavole rotonde, sito web, newsletter, pubblicazioni, per divulgare i risultati delle indagini e per promuovere gli obiettivi dello sviluppo sostenibile



Premio “Giornalisti per la Sostenibilità”

Il Premio Pentapolis “Giornalisti per la Sostenibilità” vuole promuovere e diffondere un’informazione e una cultura più attente all’ambiente, alla responsabilità sociale, allo sviluppo sostenibile. È un riconoscimento simbolico assegnato ai giornalisti italiani che si siano particolarmente distinti per l’impegno in favore della divulgazione, anche scientifica, delle tematiche di sostenibilità. Vuole enfatizzare quanto di buono accade in Italia attraverso il racconto di best practices di imprese, istituzioni, associazioni e singoli cittadini: oltre la denuncia, quindi, storie da cui prendere esempio. Sono presi in considerazione articoli e servizi pubblicati su carta stampata, web, radio e tv.

.....

VINCITORI 2021

Categoria CARTA STAMPATA • Emanuele Bompan

Categoria WEB • Marica Di Pierri

Categoria RADIO • Laura Bettini

Categoria TV • Marco Frittella

RAPPORTO ECO-MEDIA 2021

INTRODUZIONE METODOLOGICA

A differenza del Rapporto 2020, sono state selezionate **dodici parole chiave**: ad *ambiente, biologico, clima (o climate change), Covid (o coronavirus), ecologia, energia rinnovabile, green economy, inquinamento, mobilità sostenibile e sviluppo sostenibile* si sono infatti aggiunte *transizione ecologica e vaccini*. Come si può notare, dieci hanno un'affinità con la sfera dell'ambiente più in generale, mentre due hanno a che fare con la pandemia in senso stretto. Tuttavia, dopo due anni di pandemia studi come Matthew A. Cole (professore di Economia ambientale, University of Birmingham), Donghai Liang (Professore di Salute ambientale, Rollins School of Public Health) hanno permesso di sviluppare modelli di tipo ecologico che mettono in relazione i livelli di inquinamento in un'area ai tassi di mortalità Covid-19 o incidenza di Covid-19 in quella zona.

Queste parole chiave, una volta rilevate e conteggiate, sono state catalogate a seconda del taglio dell'articolo in cui apparivano. Le sezioni scelte per la suddivisione sono: politica, economia, cultura/spettacolo/sport e salute. Nell'analisi del web è stato aggiunto il settore "cronaca" per via del numero elevato di notizie che escono quotidianamente rispetto alla televisione e della frequenza con cui il Covid-19, e quindi la relativa parola chiave, veniva preso come contesto.

Proprio nel pieno della pandemia, l'Italia ha attraversato una crisi di governo che ha portato alla caduta del così chiamato "Conte II", a trazione M5S-Partito Democratico, e all'ascesa del governo retto da Mario Draghi, ex governatore della Banca centrale europea (Bce) e della Banca d'Italia. L'economista romano, membro nell'organizzazione di finanziari e accademici internazionali del Gruppo dei Trenta dal 1978, è stato scelto dal presidente della Repubblica Sergio Mattarella soprattutto per riuscire a realizzare le riforme che si vedono necessarie per il conseguimento dei fondi del piano Next Generation EU, studiato dall'Unione Europea per uscire dalla crisi economica e pandemica. Nasce così il Ministero della Transizione Ecologica, fermamente voluto dal Movimento 5 Stelle, e assegnato dal premier Draghi a Roberto Cingolani, che fu nello staff della società Max Planck sotto la direzione di Klaus von Klitzing, premio Nobel per la fisica nel 1985. Il ministro Cingolani crede nella transizione "morbida" all'impatto zero, e non a una frenata brusca dei metodi di produzione energetica attuali. La riconversione delle centrali elettriche in centrali sostenibili potrebbe implicare anche un passaggio di produzione nazionale di energia tramite fissione nucleare, un incubo per il movimento ambientalista dalla sua fondazione negli anni Settanta del secolo scorso. "Il mondo è pieno di ambientalisti oltranzisti ideologici che sono peggio della catastrofe climatica verso la quale andiamo sparati", ha detto il ministro al convegno di

Italia viva nel settembre 2021, per rispondere a chi crede che l'Italia non sia preparata alla "svolta green", che va ponderata e misurata nel tempo. La Cop 26 di Glasgow e il G20 a presidenza italiana hanno rimesso al centro dell'informazione mondiale temi quali il *surriscaldamento globale* e l'*inquinamento atmosferico*, che era stato posto ai margini dopo che aveva cominciato a ritagliarsi uno spazio all'interno del discorso pubblico grazie anche a Greta Thunberg e ai giovan* activist* per il clima.

Come impostazione metodologica si è deciso di non attenersi strettamente alle parole indicate, ma di considerare anche quelle affini (ad esempio *pandemia*, *covid* e *coronavirus* come sinonimi). Pur tenendo conto di ciò, si può già affermare nell'introduzione che i temi ambientali seguivano una sorta di onda dettata da appuntamenti come la Giornata Mondiale dell'Ambiente, o da eventi e disastri climatici legati all'uomo. Il primo giorno di rilevazione dati è stato il 5 giugno, che quest'anno ha coinciso con il disastro della petroliera New Diamond, che ha riversato nel mare vicino lo Sri Lanka due milioni di barili di petrolio. Il 17 dello stesso mese una disastrosa alluvione ha scosso l'area del Nordreno-Vestfalia, al confine tra Germania e Belgio, lasciando più di 190 morti. Il dieci agosto sulle prime pagine dei quotidiani c'erano gli incendi che bruciavano vaste zone del sud del paese. La correlazione tra copertura mediatica e casi simbolo vale anche per la pandemia da coronavirus, che ha seguito la curva epidemiologica: quando i casi di contagio sono aumentati, automaticamente si sono moltiplicate le notizie sulla pandemia. È stato necessario, dunque, inserire e comparare le notizie sull'ambiente a quelle che raccontano il Covid-19.

Il monitoraggio ha coperto il periodo da giugno a settembre. Per l'analisi dei **telegiornali**, si è proceduto invece annotando le parole chiave, e analizzando in quale settore (politica, economia, salute, cultura-spettacolo-sport) si trovassero.

Per quanto riguarda il monitoraggio **web**, le notizie sono state cercate su Google attraverso la "ricerca avanzata", selezionando quindi il sito web, la keyword e il giorno d'interesse (per esempio, site:www.ilsole24ore.com "Covid-19" 2021-09-03) e annotando in una tabella, anche in questo caso divisa in sezioni, gli articoli che contenevano le parole chiave cercate.

Per i **social**, sono stati presi in considerazione i profili Twitter, Instagram e Facebook delle testate on line dei giornali quotidiani monitorati. Sono quindi state conteggiate le parole per come comparivano nei titoli degli articoli condivisi o nelle descrizioni dei post inserite dai quotidiani a corredo e spiegazione dei suddetti articoli condivisi. Per quanto riguarda Il Resto del Carlino, non essendoci un profilo social relativo solo alla provincia di Pesaro, sono stati presi in considerazione i profili social nazionali.

Laddove una parola chiave compariva più volte nello stesso post, o articolo, o servizio radio o tv, si è scelto di conteggiarla una volta sola, per evitare un condizionamento del monitoraggio dovuto alle ripetizioni.

SEZIONE TV

Lo scenario

Nei paragrafi che seguono daremo una lettura dei dati raccolti durante il monitoraggio settimanale svolto su alcuni telegiornali - TG1, TG3, TG5, LA7 e TG2000 - rispetto alle parole chiave e ai contenuti afferenti alla sfera ambientale e alla presenza delle parole *coronavirus/covid* e *vaccini*, incluse per parametrare il livello di attenzione delle testate rispetto alla gestione della pandemia e all'andamento della campagna vaccinale durante il periodo di analisi.

La metodologia applicata per lo svolgimento del monitoraggio si è basata sull'attività di rilevamento delle parole chiave e dei contenuti nelle edizioni dei telegiornali più seguite su base quotidiana: per il **TG3** e il **TG5** si è scelto di monitorare le principali edizioni serali, ovvero, rispettivamente, quella delle 19 e quella delle 20. Per **TG2000**, invece, dopo un confronto tra l'audience online delle varie edizioni nelle date precedenti al monitoraggio, si è scelto di optare per quella delle ore 12, in quanto mediamente più seguita.

La rilevazione è stata fatta personalmente dal coder attraverso la visione e la registrazione delle parole chiave di ogni singola edizione del telegiornale. La tipologia del media monitorato ha inoltre indotto a registrare una parola chiave una sola volta per ogni servizio in cui veniva rilevata, anche qualora essa fosse apparsa più volte. Questa scelta è stata fatta in modo da evitare un condizionamento dei dati del monitoraggio dovuto alle ripetizioni. In ultimo, si è scelto di conteggiare all'interno del monitoraggio le parole che sono apparse nelle infografiche, principalmente riguardanti i numeri di contagi, ospedalizzazioni, morti e guarigioni del covid e l'andamento della campagna vaccinale.

L'attività di monitoraggio ha avuto inizio il 5 giugno, contestualmente alla giornata mondiale dell'ambiente. La particolarità della data, e l'ampio spazio dedicato in tutte le edizioni dei telegiornali al tema ambientale, ha fatto sì che il rilevamento cominciasse con un picco sia dei termini registrati per ogni singola edizione che della diversificazione dei termini rintracciati. Solo in questa occasione, infatti, si è registrato l'utilizzo di ben sette parole chiave nel TG3 e di ben otto nel TG5, mentre TG2000, anche a causa della lunghezza ridotta delle sue edizioni delle 12 rispetto a quelle delle altre due testate, ha fatto registrare la presenza di quattro parole chiave.

Nello svolgimento del monitoraggio delle giornate successive, quindi, si è potuta constatare una riduzione della presenza dei termini ricercati, che ha coinvolto mediamente tutte e tre le testate, senza particolari eccezioni. In linea generale, i catastrofici avvenimenti climatici a metà estate - e in particolare nella seconda metà di luglio - hanno fatto registrare un innalzamento della presenza delle parole chiave nel monitoraggio. In questo periodo tutti e tre i telegiornali hanno dedicato maggior spazio al tema ambientale. L'attenzione del TG3 a riguardo è ad esempio sottolineata dalla presenza di almeno una o più parole chiave in ogni edizione monitorata durante il mese di luglio.

Lo stesso è accaduto al TG2000, che però aveva fatto emergere la presenza dei termini ricercati anche nel mese precedente: in una sola edizione di giugno si è registrata l'assenza dei termini ricercati - oltre a *coronavirus/covid* e *vaccini*, che per ragioni di stringente attualità sono sempre stati presenti salvo rarissime eccezioni.

Tale attenzione è andata invece a ridursi nei due mesi successivi. La ragione è anche in questo caso da ricercare nell'attualità, che ha imposto un maggior riguardo alle questioni di politica interna (green pass in testa) ed estera, con la crisi politica in Afghanistan che ha catalizzato l'attenzione di tutte le testate giornalistiche per quasi tutto il mese di agosto.

Attraverso l'attività di rilevamento si è potuto prendere atto, tuttavia, di una differenza nell'approccio alla costruzione del telegiornale per quanto riguarda la presenza di servizi (e quindi termini) riguardanti clima, ambiente ed ecologia. Tra i tre telegiornali monitorati, il TG5 risulta essere senza dubbio quello che ha fatto emergere un interesse costante e sistematico alle tematiche ambientali. Tolte le parole *coronavirus/covid* e *vaccini*, soltanto in tre delle 16 edizioni delle 20 monitorate non appare nessuna delle parole chiave ricercate in questo monitoraggio.

Il TG5 è stato inoltre quello tra i monitorati che ha dedicato maggior attenzione alla correlazione tra i disastri ambientali estivi (gli incendi in varie regioni della penisola, ma anche le alluvioni in Germania e in Belgio) e la crisi climatica globale. Il TG5 inoltre è quello che ha fatto registrare la maggior diversificazione delle parole chiave rintracciate: ben undici dei termini ricercati sono infatti apparsi, un dato che non è stato raggiunto dalle altre testate monitorate.

Note

Attraverso la visione di questi telegiornali e lo svolgimento dell'attività di monitoraggio si è potuto inoltre constatare un interessante utilizzo di termini non inclusi tra le

parole chiave da ricercare. Tra tutti spicca senza dubbio il termine *ecosistema*, usato prevalentemente come equi-valente semantico di ambiente, ma in realtà ben più pertinente all'immaginario del cambiamento climatico. Questa parola appare in tutte e tre le edizioni dei telegiornali monitorate durante la giornata mondiale dell'ambiente, per poi riapparire nei mesi successivi sia nel TG3 che nel TG5.

Altri termini più volte rintracciati - esterni alle parole chiave ancorché di interesse per il rilevamento - sono: *ambientalisti*, *biocarburante* e *catastrofe climatica*. A essi si aggiunge la parola "*rifiuti*", termine che nei notiziari si accavalla con la tematica urbanistica, ma di interesse assolutamente dirimente per l'ecologia.

I TELEGIORNALI

TG1

Per il TG1, così come in tutte le altre testate analizzate, il Covid-19 ha monopolizzato gran parte dei servizi. Non c'è un telegiornale in cui non siano menzionate le parole *Covid-19/coronavirus*.

Nell'analisi effettuata sono stati presi in considerazione i TG dell'edizione della sera delle 20. Rispetto alle notizie di rilevanza nazionale, che vedevano protagoniste le keywords in ambito sanitario vaccini e coronavirus, i temi ambientali sono stati trattati in maniera piuttosto marginale, ma comunque approfonditi di più rispetto ad altri media, sia mainstream che locali. La parola ambiente, per esempio, è stata spesso rapportata a tematiche politico-economiche e riferita ad argomenti quali il clima, lo sviluppo sostenibile e la transizione ecologica.

Soltanto durante la giornata mondiale dell'ambiente del 5 giugno non sono mancati nel corso del telegiornale degli approfondimenti sul tema. Si è notato inoltre che durante l'estate, in mancanza di argomenti di cronaca e politica di rilevanza nazionale e internazionale, a volte si è dato spazio alla tematica ambientale rapportata principalmente agli obiettivi del Pnrr, e ai prossimi passi che l'Unione europea deve mettere in atto per intraprendere la strada verso il New green deal, stilato nel 2019, in epoca pre-covid.

È interessante notare come anche il lessico preso in considerazione durante il monitoraggio abbia subito un cambiamento durante il corso dei mesi, fenomeno riscontrato in quasi tutti i TG analizzati. Inizialmente nel mese di giugno per esempio, in ambito sanitario c'era la predominanza della parola *Covid o coronavirus*, sostituita poi gradualmente dalla parola *pandemia o epidemia*. Per ciò che riguarda la tematica

ambientale sono state introdotte nuove keywords all'interno del vocabolario usato sia per descrivere fenomeni globali che nazionali. Più volte sono state sia scritte sia dette durante l'edizione del telegiornale le parole *ecosistema*, *impatto ambientale*, *crisi climatica* ed *equilibrio ambientale*, che in alcuni casi sono andate proprio a sostituire le parole chiave che invece erano state il nostro focus principale di monitoraggio. Tuttavia, riguardo alle tematiche prettamente ambientali, in media, nelle giornate analizzate compare un servizio a sera dedicato all'ambiente.

Indicativamente il servizio è posizionato dopo le notizie di cronaca e prima delle notizie di cultura o spettacolo. Gli argomenti sono diversi, molti anche extra europei, ad esempio un servizio sull'emergenza "plastica" nel Bosforo, oppure un approfondimento su alcuni fiori infestanti che minacciano l'ecosistema dei fiumi Tigri e Eufrate, un servizio sugli habitat dei laghi naturali delle Marche o ancora un servizio su un aeroporto in costruzione in Colombia rimasto incompiuto.

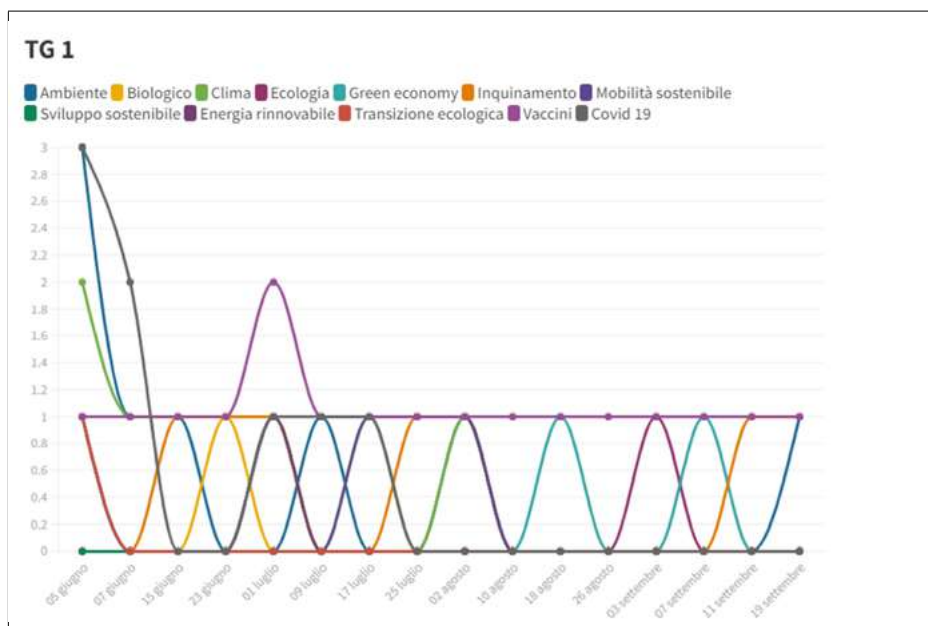


Grafico 1. le keywords nei giorni di rilevamento

TG3

L'attenzione del TG3 riguardo al tema ambientale si è senza dubbio alzata durante l'estate, quando i catastrofici eventi climatici in Europa - Germania e Belgio - e gli incendi in alcune regioni italiane hanno determinato una riattualizzazione della questione ambientale. La presa in carico del tema del TG3 è sottolineata dalla presenza di almeno una o più parole chiave in ogni edizione monitorata durante il mese di luglio.

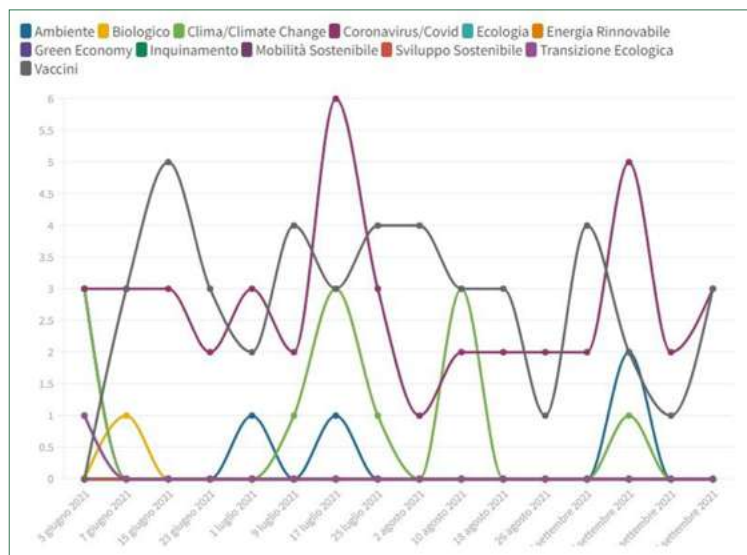


Grafico 1 TG3 - Rilevamento numerico keywords

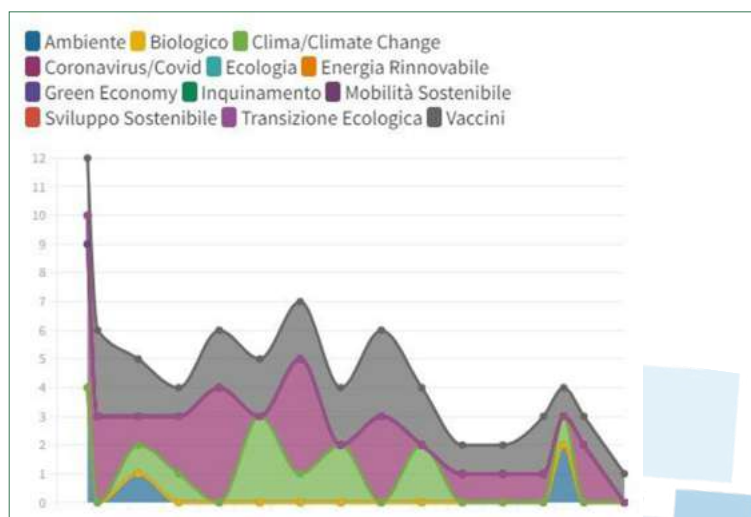


Grafico 2 TG3 - keywords su periodo

TG5

Tra i telegiornali monitorati, il TG5 risulta essere senza dubbio quello che ha fatto emergere un interessamento costante e sistematico alle tematiche ambientali. Tolate le parole coronavirus/covid e vaccini, che per ragioni di stringente attualità sono sempre state presenti salvo rarissime eccezioni, soltanto in tre delle 16 edizioni delle 20 monitorate non appare nessuna delle parole chiave ricercate in questo monitoraggio.

Il TG5 ha dedicato anche molta attenzione alla correlazione tra i disastri ambientali estivi (gli incendi in varie regioni della penisola, ma anche le alluvioni in Germania e in Belgio) e la crisi climatica globale. Il TG5 inoltre è quello che ha fatto registrare la maggior diversificazione delle parole chiave rintracciate: ben undici dei termini ricercati sono infatti apparsi, un dato che non è stato raggiunto dalle altre testate monitorate.

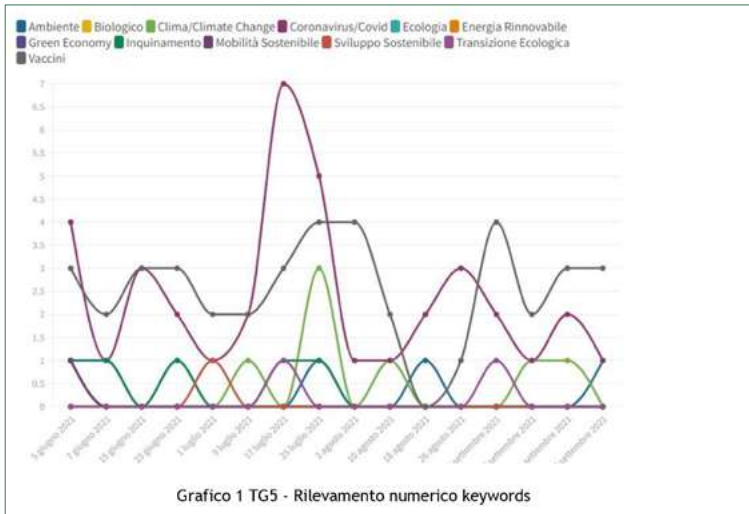


Grafico 1 TG5 - Rilevamento numerico keywords

Grafico 1 TG5 - Rilevamento numerico keywords

TG LA7

Durante il periodo interessato dall'analisi, il TG di La7 ha dedicato buona parte del suo spazio informativo al tema Covid con un focus specifico sui vaccini. In linea generale, possiamo affermare che la tematica ambientale affrontata è stata rivolta principalmente ai prossimi obiettivi da raggiungere dall'Unione europea in termini di sviluppo sostenibile e di economia green. Le parole chiave che ricorrono sono clima, ambiente e transizione ecologica.

Il TG di La7 ha dedicato la maggior parte dei servizi in cui compaiono le keywords alla politica e alla sanità, trascurando quasi del tutto le tematiche di cultura: questo spiega

in modo abbastanza chiaro la linea editoriale stabilita dalla tv e gli obiettivi informativi prefissati. Nel mese di agosto c'è stato poi un maggior riguardo alle questioni di politica estera, a causa della crisi politica in Afghanistan che ha concentrato l'attenzione di tutte le testate giornalistiche. Infine si è notata una costante attenzione dedicata alla questione green pass, e soprattutto uno spazio sempre crescente nelle edizioni serali del telegiornale dedicato al fenomeno sociale dei No-Vax.

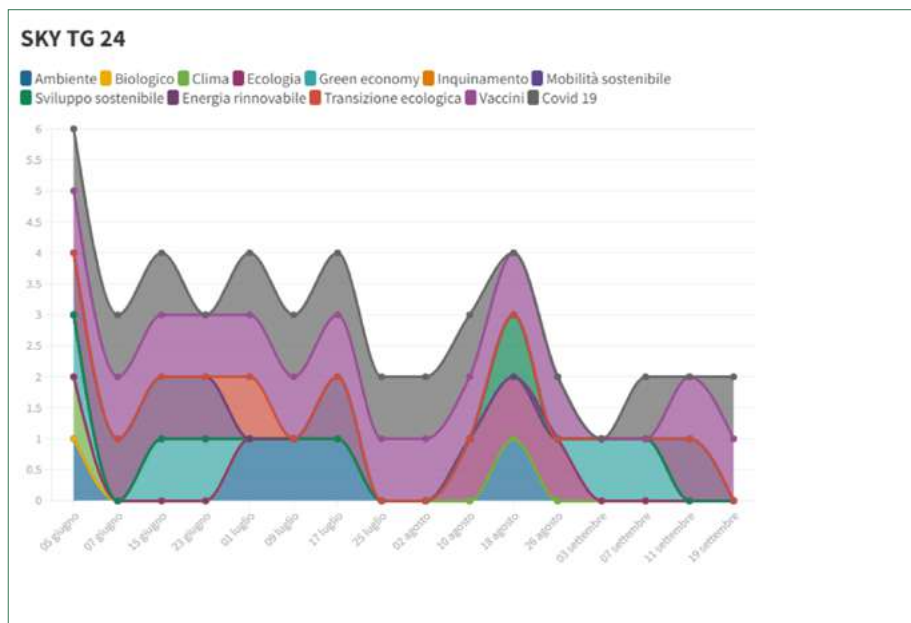


SKY TG24

Nell'analisi delle keywords menzionate dall'edizione delle 19.00 di SkyTG24, emerge chiaramente una netta disparità tra quelle legate all'emergenza coronavirus e quelle che fanno riferimento ai temi ambientali, dall'economia sostenibile al green. Tuttavia si può notare come la parola *coronavirus/Covid-19*, in riferimento a tematiche sanitarie, sia in media molto presente nei TG di giugno, e diminuisca andando avanti fino a fine agosto, quando si assiste a un dominio della politica estera in testa a causa della crisi in Afghanistan.

Bisogna aggiungere inoltre che luglio e agosto sono stati mesi relativamente tranquilli per la diffusione dell'epidemia, con cali visibili sia nel numero dei contagiati che in quello dei ricoverati; nei reparti di normale degenza come nelle terapie intensive. Ecco quindi che si spiega l'attenzione prestata ad altri temi, tra cui quello ambientale.

Nello specifico, si può notare come le parole legate all'ambiente facciano spesso riferimento all'economia, poiché riconducibili alla *green economy*, ai costi e ai vantaggi di una mobilità sempre più ecosostenibile, soprattutto in ottica globale green.



TG 2000

Il TG2000 ha fatto emergere la presenza dei termini ricercati sia a giugno che a luglio. In una sola edizione di giugno si è registrata l'assenza dei termini ricercati - oltre a *coronavirus/covid* e *vaccini*, che per ragioni di stringenti attualità sono sempre stati presenti salvo rarissime eccezioni. Tale attenzione è andata invece a ridursi nei due mesi successivi: la ragione è anche in questo caso da ricercare nell'attualità, che ha imposto un maggior riguardo alle questioni di politica interna (green pass in testa) ed estera, con la crisi politica in Afghanistan che ha catalizzato l'attenzione di tutte le testate giornalistiche per quasi tutto il mese di agosto.

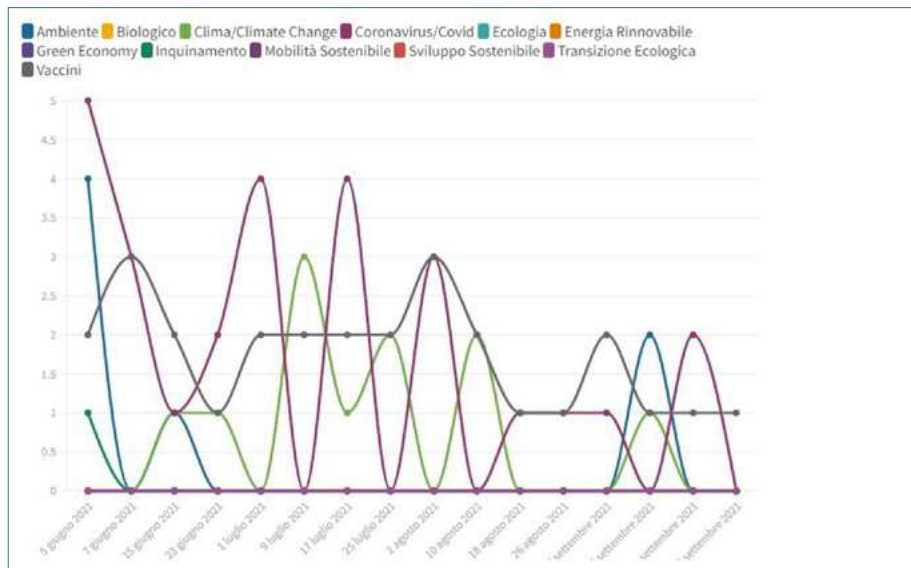


Grafico 1 TG2000 - Rilevamento numerico Keywords

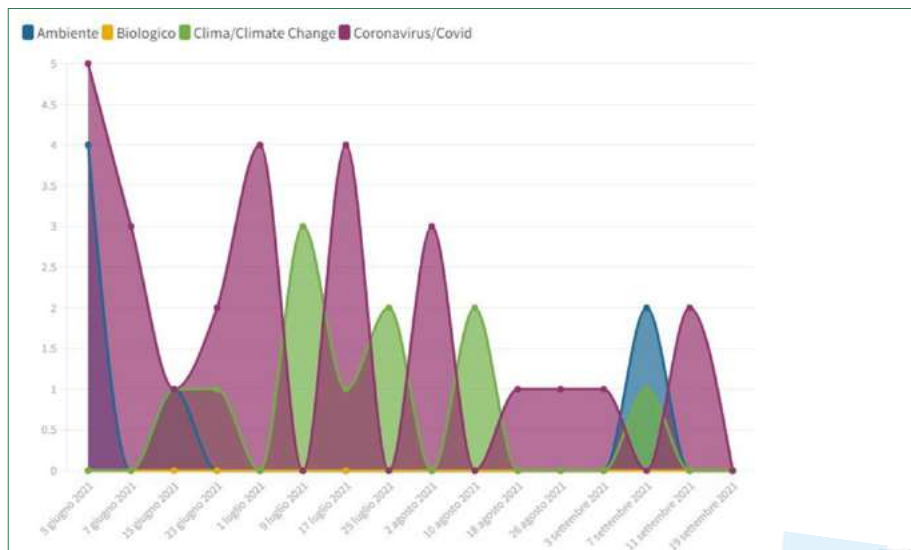


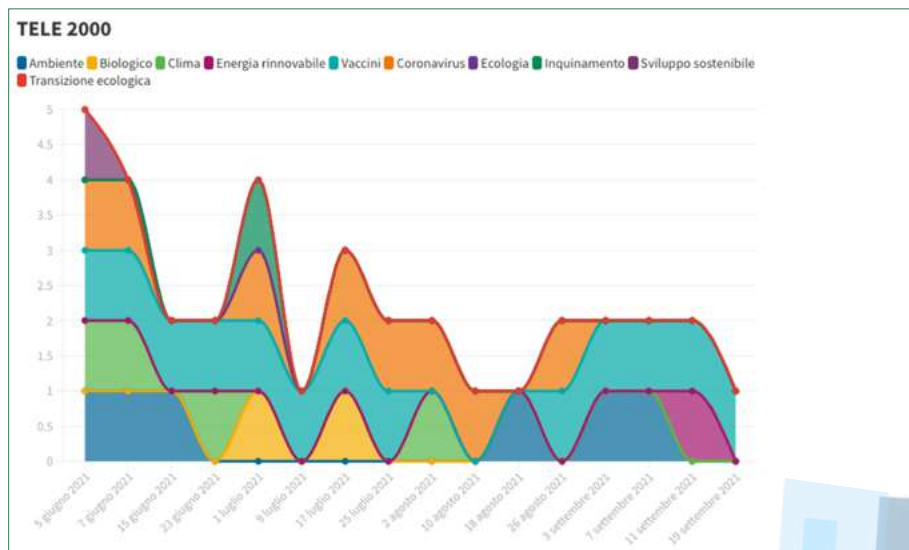
Grafico 2 TG2000 - Keywords su periodo

TG TELE 2000

Il TG di Tele 2000 è un telegiornale locale che si focalizza principalmente sulle notizie della provincia di Pesaro e Urbino. Rispetto alle altre prese in considerazione, è una di quelle emittenti che nel suo spazio informativo dedica maggiore attenzione alla tematica ambientale attraverso l'utilizzo di termini come ambiente, biologico e sviluppo sostenibile, sempre declinati su avvenimenti o problematiche del territorio.

Durante la fine del mese di agosto, infatti, a causa di eventi meteorologici caratterizzati da forti piogge e acquazzoni, le parole *clima* e *ambiente* sono risultate predominanti. Per quanto riguarda la presenza di parole a tema coronavirus, durante l'estate le occorrenze sono diminuite e il TG non ha più trasmesso servizi sul bollettino giornaliero dei contagi nelle Marche, bensì semplicemente degli aggiornamenti nella scaletta dei servizi.

È interessante notare come le parole *vaccini* e *coronavirus* si distribuiscano prevalentemente in servizi a tema sanità, politica e cultura, che sono le tematiche tendenzialmente più affrontate nel telegiornale. Questo TG locale è stato inoltre quello che ha dedicato una buona attenzione alla correlazione tra gli eventi meteorologici estivi locali e la crisi climatica globale, con un focus specifico sulle iniziative strutturali del territorio volte al miglioramento della qualità dell'aria, dell'acqua e dello stile di vita. Non sono mancati infatti vari servizi che raccontavano la storia di realtà locali, pioniere sia del Biologico che dello sviluppo sostenibile.



SEZIONE WEB

Scenario

Sono state analizzate a livello digitale sette testate online: La Repubblica, Il Corriere della Sera, Il Sole 24 ore, Il Fatto Quotidiano, Il Giornale, The Post Internazionale (Tpi) e la sezione di Pesaro del Resto del Carlino. La scelta di analizzare questi giornali deriva dalla necessità di ricostruire un quadro completo dell'informazione sul web, scegliendo alcune delle testate che hanno un maggiore seguito a livello nazionale con lo scopo di capire le modalità con cui questi argomenti di fondamentale importanza vengono trattati e approfonditi.

Il Sole 24 ore è stato scelto per il suo taglio economico, e il Fatto Quotidiano per la vocazione all'informazione politica. Tpi, invece, perché a differenza degli altri, non ha un corrispettivo cartaceo. E infine, la sezione di Pesaro del Resto del Carlino per indagare come cambia a livello locale la copertura dei temi ambientali e della pandemia.

Essendo realtà editoriali molto diverse tra loro, anche l'ordine di misura degli articoli esaminati varia da testata a testata: La Repubblica e Il Corriere della Sera arrivano a pubblicare anche un centinaio di articoli al giorno che contengono la keyword Covid-19/coronavirus, mentre il Resto del Carlino mai più di una decina.

Per ogni testata, oltre alla sua presentazione, sono stati realizzati due grafici. Il primo mostra la frequenza delle keywords nei giorni di riferimento, il secondo si concentra sulla frequenza delle sole parole a tema ambientale.

REPUBBLICA.IT

Quotidiano generalista edito da Gedi, appartenente alla famiglia Elkann Agnelli e dimostra una regolare attenzione ai temi ambientali. Con l'avvicendamento di Maurizio Molinari al posto di Carlo Verdelli la linea editoriale si è spostata maggiormente verso il centro. Di Repubblica online sono stati analizzati anche i contenuti premium in abbonamento.

Le tematiche ambientali sono quasi sempre presenti. Spesso anche quando ci sono argomenti predominanti di altro genere. Sull'onda lunga della copertura il gruppo editoriale Gedi a fine settembre ha lanciato il progetto, cartaceo e digitale, "Green & Blue" dedicato all'ambiente per garantire una copertura mediatica costante e aggiornata sugli argomenti di tipo ambientale. Nonostante il maggior impegno di Repubblica su questi temi rispetto ad altre testate, anche in questo quotidiano online

l'argomento più frequente e ripetuto è quello dei vaccini. La domenica, come anche nelle altre testate, sono presenti meno articoli e la scelta degli argomenti in quei casi ricade proprio sui vaccini, come nella giornata di domenica 19 settembre.

Le keywords più menzionate sono *vaccini/covid* con 83 menzioni del binomio nell'arco del periodo di ricerca (escluse le ripetizioni in uno stesso articolo). Anche *ambiente* è piuttosto presente: 40 menzioni. Repubblica fa comparire tutte le parole chiave legate all'ambiente con maggior omogeneità. Durante l'estate c'è stato anche un aumento degli articoli di Repubblica sul tema, complice l'allentamento delle restrizioni e una minore attenzione nei confronti della pandemia.

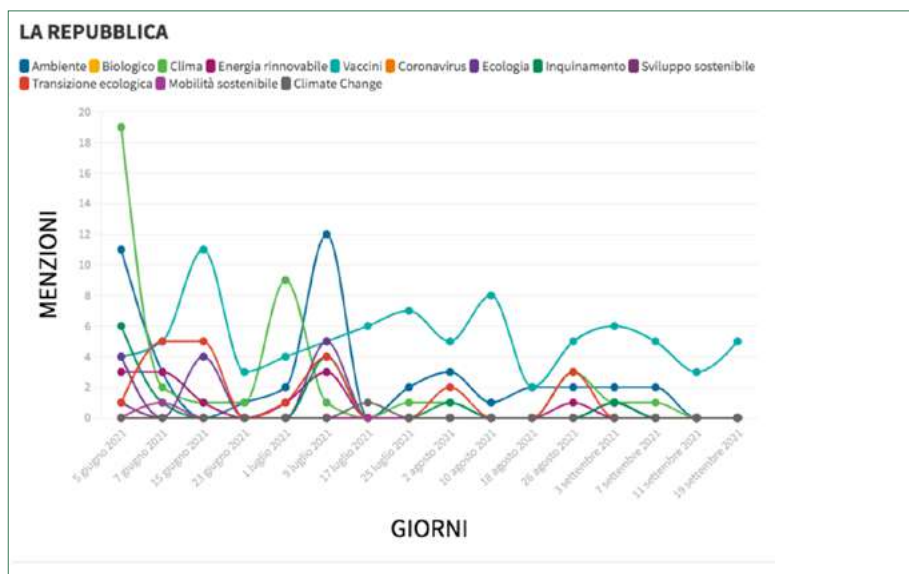


Grafico 1 - La frequenza delle keywords nei giorni di riferimento

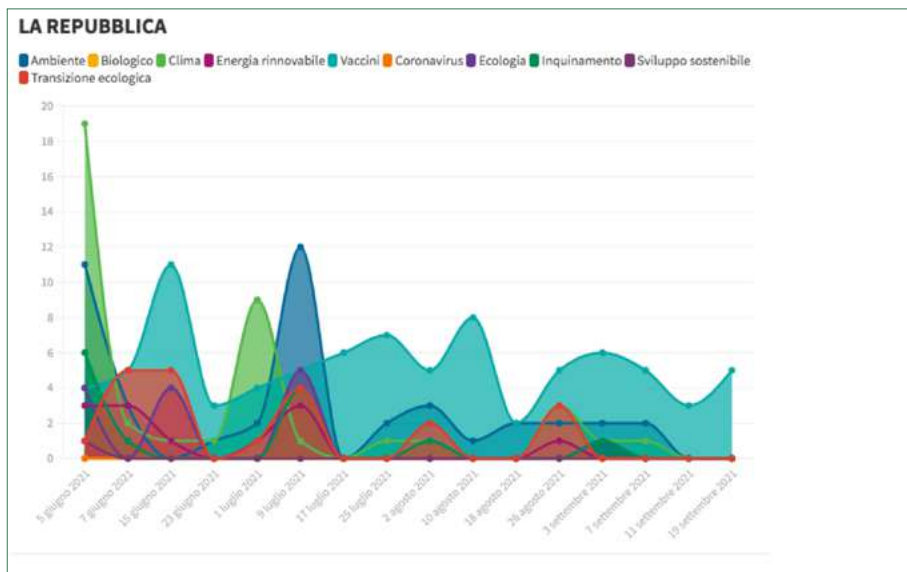


Grafico 2 - La frequenza delle keywords ambientali

CORRIERE.IT

Quotidiano pubblicato da Rcs MediaGroup, per esteso Rizzoli-Corriere della Sera Media Group S.p.A., appartenente al Gruppo Cairo, e diretto da Luciano Fontana.

Nell'analisi, è stata riscontrata una particolare attenzione per la sezione "cultura/spettacolo" che, insieme a "cronaca", è stata quella con più articoli pubblicati.

Molto spazio è stato riservato anche alla politica e all'economia, soprattutto nei periodi più difficili a causa della pandemia: decisioni prese dal governo e dall'Unione europea, *Recovery Fund*, *lockdown*, riaperture dei locali eccetera. Gli articoli avevano un taglio neutrale. Riportano infatti le dichiarazioni dei politici italiani ed europei, senza prendere parti. Almeno non in modo lampante, come è tipico del Corriere della Sera.

Il grafico qui riportato ha l'obiettivo di mostrare quante notizie, nel periodo preso in esame, hanno avuto al loro interno la parola chiave *coronavirus/Covid-19* e quante invece le 9 keywords relative ai temi ambientali. Per realizzarlo, è stata fatta una somma delle notizie trattanti il Covid-19 e una invece con tutte le parole chiave.

Su un totale di 1355 articoli pubblicati, 968 hanno trattato il Coronavirus e 387 invece i

temi ambientali. Considerando che la pandemia da Covid-19, ha completamente modificato il flusso di informazione, prevalentemente concentrato su di essa, il corriere. it ha trattato l'ambiente per il 29 per cento.

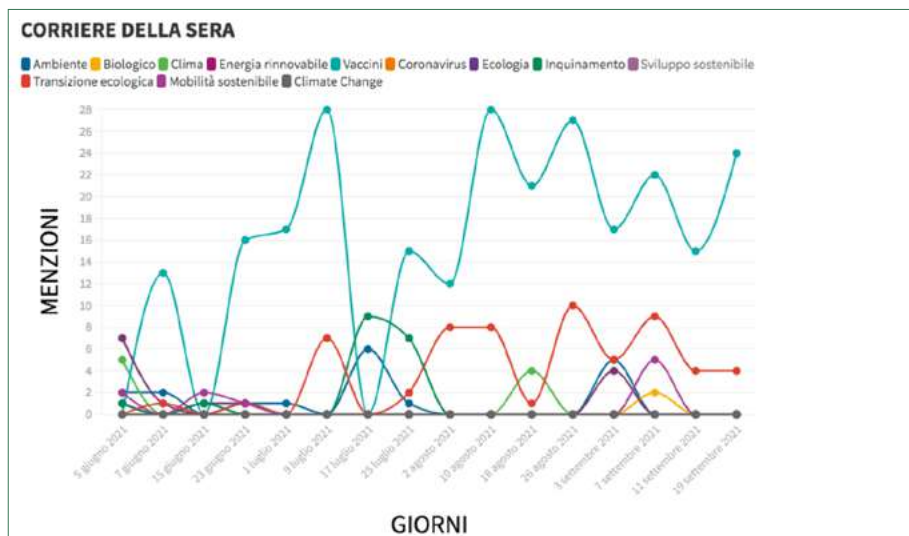


Grafico 1 - La frequenza delle keywords nelle giornate di rilevamento

Durante i mesi analizzati, è capitato anche che alcuni articoli trattanti il Covid-19, parlassero anche dell'ambiente, collegando i due temi. Ecco alcuni esempi:

- "La gestione corretta delle risorse è la priorità del dopo-Covid-19", 13/07/2020
- "Cura e rispetto dell'ambiente, torna «Puliamo il mondo» di Legambiente" (con un'attenzione alle mascherine), 24/09/2020

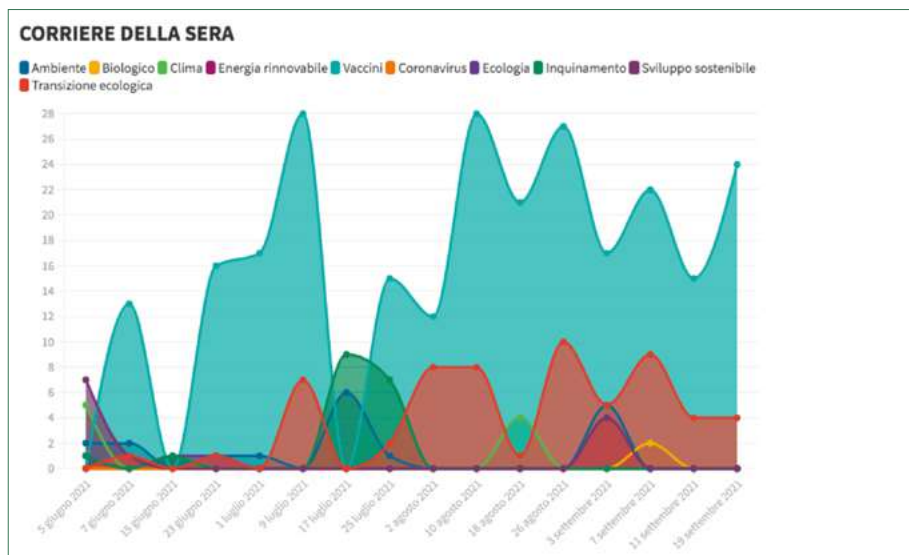


Grafico 2 - La frequenza delle keywords ambientali

ILSOLE24ORE.COM

Ilsole24ore.com è la testata online del più importante quotidiano economico italiano: il Sole 24 Ore. È l'unico sito web, tra quelli analizzati, che sotto allo stesso dominio pubblica anche una parte dei lanci dell'agenzia di stampa, Radiocor, anche questi legati al settore economico. L'azionista principale de Il Sole 24 Ore è Confindustria, associazione degli imprenditori italiani. La testata e l'agenzia appartengono al Gruppo 24 Ore, quotato alla Borsa Italiana dal 6 dicembre 2007. La testata online durante la giornata mondiale dell'ambiente del 5 giugno non crea come altre testate un'apposita sezione dedicata all'argomento. Di solito quando c'è un argomento di rilevanza nazionale, nella testata tendono a comparire meno gli argomenti legati all'ambiente. A eccezione della giornata del 23 giugno, in cui sono stati molto presenti nonostante il dibattito del giorno nei vari quotidiani online fosse focalizzato sul Ddl Zan. L'argomento dei vaccini predomina la scena in ogni giornata di monitoraggio.

Anche sul Sole 24 Ore, primeggia il binomio *vaccini/covid*, presente complessivamente nelle giornate di monitoraggio con 84 menzioni (escluse le ripetizioni in uno stesso articolo). Un'altra keyword molto presente è stata *ambiente*, con i due principali picchi che sono stati registrati nelle giornate del 23 giugno e 25 luglio. Una keyword quasi sempre presente nel dibattito giornaliero del Sole 24 Ore è *transizione ecologica*, in

quanto si riallaccia con argomenti di tipo economico, ossia del settore principale del quotidiano. Talvolta questa keyword veniva chiamata anche “*transizione verde*” e in vari altri modi. Nella ricerca è stata contata solo la nomenclatura transizione ecologica, ma se teniamo in considerazione l’argomento in sé, è molto frequente.

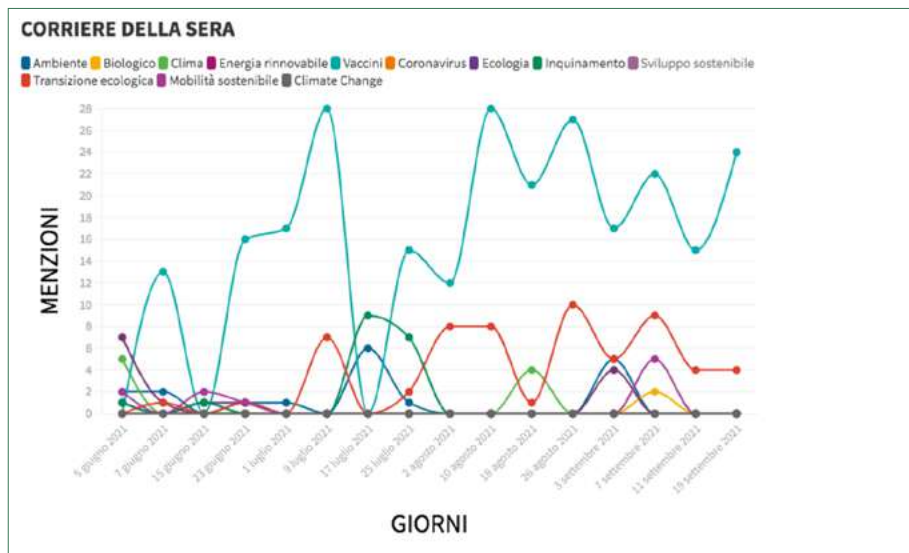


Grafico 2 - La frequenza delle keywords nelle giornate di rilevamento

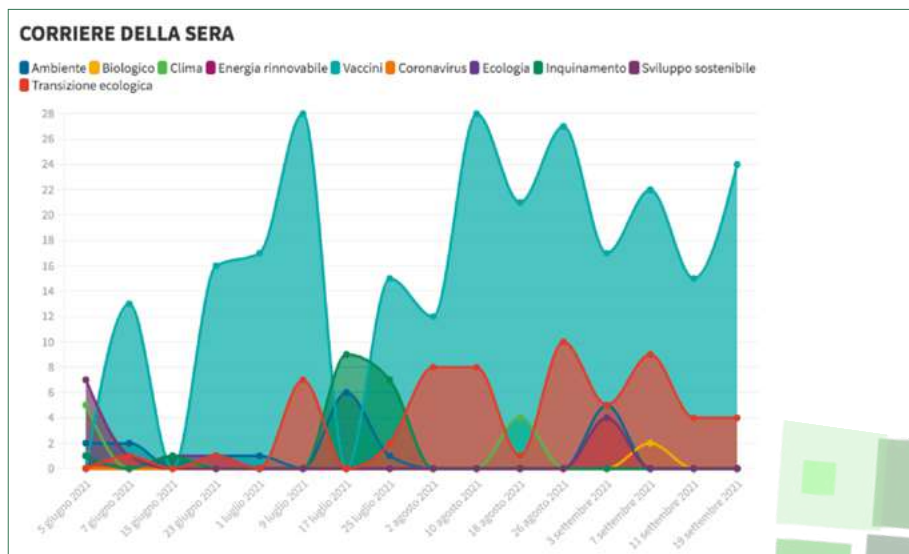


Grafico 2 - La frequenza delle keywords ambientali

ILFATTOQUOTIDIANO.IT

Ilfattoquotidiano.it è il sito web de Il Fatto Quotidiano, fondato il 23 settembre del 2009, che appartiene a Editoriale Il Fatto s.p.a. Il quotidiano, così come il sito, ha una vocazione politica. Nel suo primissimo editoriale, il fondatore Antonio Padellaro, direttore fino al 2015, lo collocò in un'area di opposizione, specificando: *“A Berlusconi, certo, perché ha ridotto una grande democrazia in un sultanato degradante. Ma non faremo sconti ai dirigenti del PD e della multiforme sinistra che in tutti questi anni non sono riusciti a costruire uno straccio di alternativa”*. Un giornale che, ancora oggi, si definisce “di opposizione”.

Andando ad analizzare le notizie pubblicate da ilfattoquotidiano.it vediamo che la tematica più trattata tra le parole che abbiamo selezionato è quella dei *vaccini*, seguono *ambiente* e *transizione ecologica*. Per quanto riguarda i vaccini vediamo che i due picchi maggiori sono stati registrati il 9 luglio e il 2 agosto, giornate in cui la testata ha scritto il numero maggiore di articoli, mentre per l'ambiente i due picchi maggiori sono stati toccati il 17 luglio e il 7 settembre. Infine la transizione ecologica vede i suoi maggiori picchi il 25 luglio e il 19 settembre.

Oltre queste tre parole è stato registrato un basso interesse per le parole *biologico*, *clima*, *energia rinnovabile*, *ecologia*, *inquinamento*, *sviluppo sostenibile*, *mobilità sostenibile* e *climate change*. Per la parola *coronavirus* va fatto un discorso diverso perché si lega alla parola *vaccini*, quindi in questi è una tematica centrale.

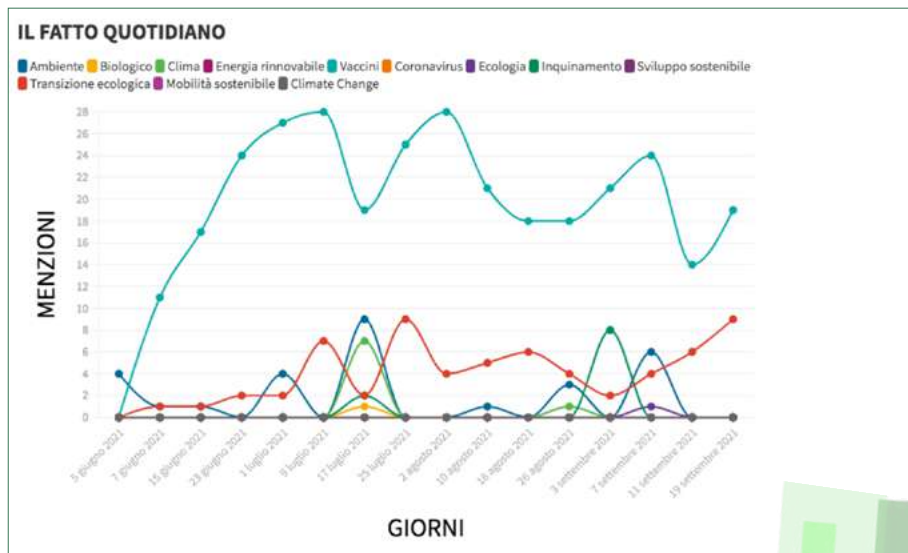


Grafico 1 - La frequenza delle keywords nelle giornate di rilevamento

IL GIORNALE.IT

Quotidiano generalista di orientamento liberale e conservatore appartenente alla famiglia Berlusconi. Si tratta di uno dei giornali di riferimento dell'elettorato di centro-destra. Si caratterizza per una scarsa attenzione al tema ambientale, collocandosi a metà tra visione industriale e negazionismo climatico. La keyword dominante nel corso dei mesi è *Covid-19/coronavirus* tendenzialmente declinata a livello politico, a volte anche maggiore della cronaca. Il Giornale è sulla linea dell'opposizione, molto critica rispetto all'operato del Governo. Durante i mesi estivi le notizie sul virus sono diminuite bruscamente. Da settembre in poi la pandemia è stata trattata da un punto di vista principalmente economico pur intrecciato con le scelte politiche.

Completamente assente, o quasi, la copertura ambientale. L'unica keyword che si rintraccia con una certa regolarità è clima, ma spesso ha un taglio negazionista ed è legato ad articoli denigratori nei confronti di Greta Thunberg. Alcune parole, come *ecologia*, *energie rinnovabili* e *green economy* non vengono mai menzionate per mesi interi a testimonianza dello scarso spazio riservato a questi argomenti.

La keyword dominante nel corso dei mesi è *vaccini*, con il picco massimo che è stato registrato il 19 settembre, dove sull'argomento sono stati scritti 28 articoli. La seconda keyword è *transizione ecologica* e in questo caso il picco maggiore lo troviamo il 9 luglio e infine abbiamo la parola ambiente che vede il suo picco massimo il 7 settembre dove sono stati scritti 6 articoli. In questo caso è stata data una scarsa attenzione alle keyword *ambiente*, *biologico*, *clima*, *energia rinnovabile*, *ecologia*, *inquinamento*, *sviluppo sostenibile*, *mobilità sostenibile* e *climate change*.

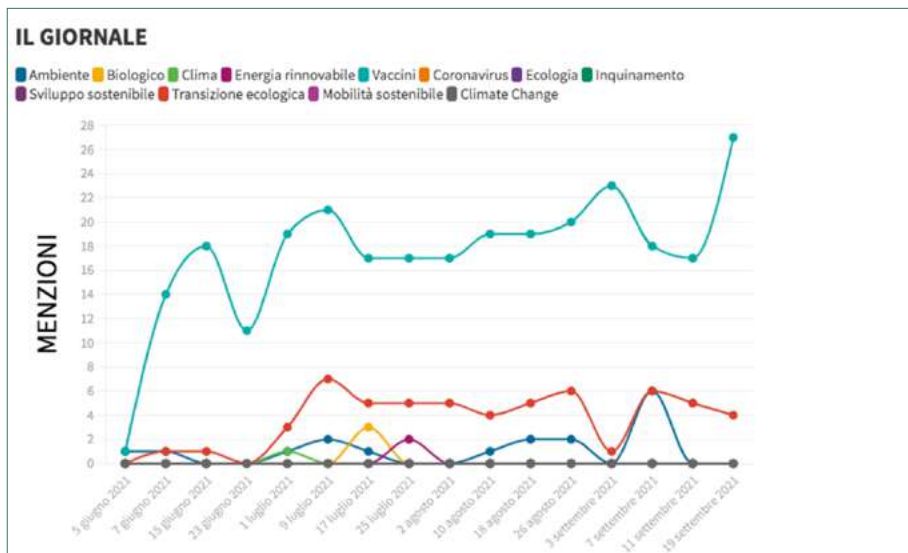


Gráfico 1 - La frequenza delle keywords nelle giornate di rilevamento

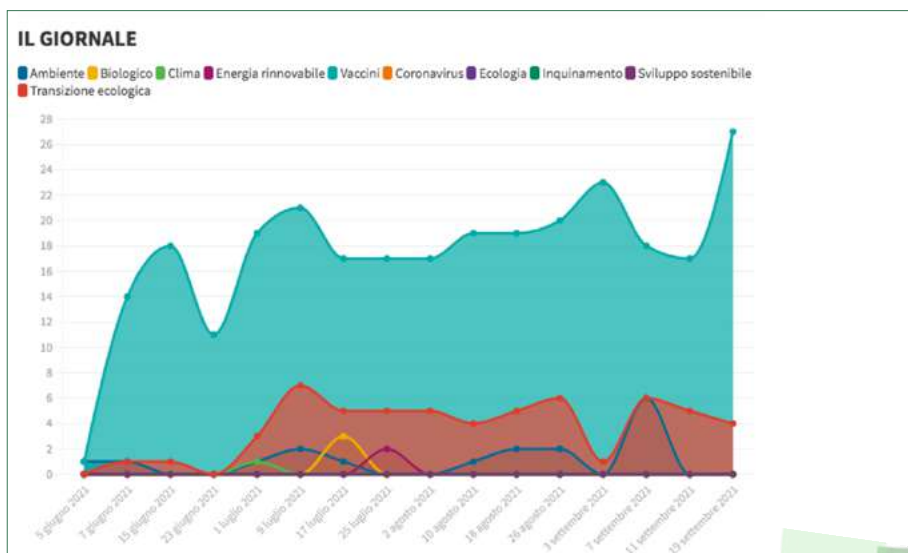


Gráfico 2 - La frequenza delle keywords ambientali

TPI.IT

The Post Internazionale, in acronimo TPI, è un giornale online italiano (da settembre è anche un settimanale cartaceo) edito da The Post Internazionale Srl e diretto da Giulio Gambino. Durante i mesi analizzati, ha dimostrato una scarsa, quasi inesistente, attenzione ai temi ambientali. L'unica keyword che si rintraccia con una certa regolarità è *ambiente*, dai due ai cinque articoli pubblicati al giorno: per lo più nella sezione "cronaca" ed "economia". Il Tpi ha pubblicato articoli principalmente sulla pandemia da Covid-19, pubblicando dai 10 ai 30 articoli al giorno. Le sezioni in cui sono stati pubblicati più pezzi, sono "cronaca" e "politica".

Lo spazio maggiore è stato dato agli articoli di cronaca con in media 10/15 articoli al giorno. La sezione che conta, dopo cronaca, più articoli è "politica", seguita da "cultura e spettacolo".

Le tematiche ambientali sono presenti, ma l'argomento più ricorrente tra le parole chiave, con 104 menzioni (escluse le ripetizioni in uno stesso articolo), è *vaccini*. Anche la parola *Covid* è presente sempre insieme all'argomento dei vaccini, perciò il numero di menzioni è il medesimo (104). Nelle giornate in cui sono presenti temi di rilevanza nazionale e internazionale, Tpi tende a far scemare se non addirittura a far scomparire le tematiche ambientali. Per esempio: il 23 giugno con il Ddl Zan, il 17 luglio con la certificazione verde, il 26 agosto con la caduta di Kabul, l'11 settembre con i 20 anni dall'attentato alle Torri Gemelle. Nelle giornate dedicate all'ambiente come quella del 5 giugno, invece, Tpi crea anche degli speciali in cui ingloba articoli vecchi e nuovi sull'argomento.

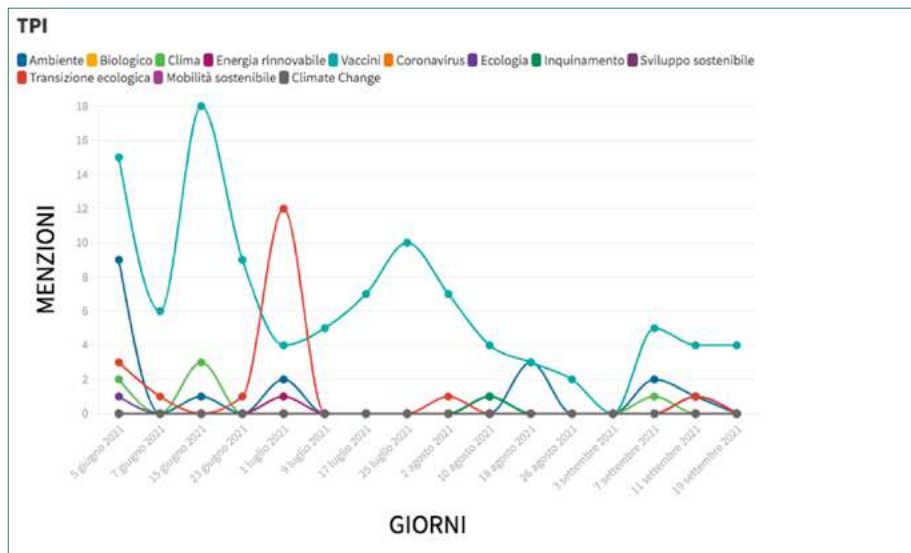


Gráfico 1 - La frequenza delle keywords nelle giornate di rilevamento

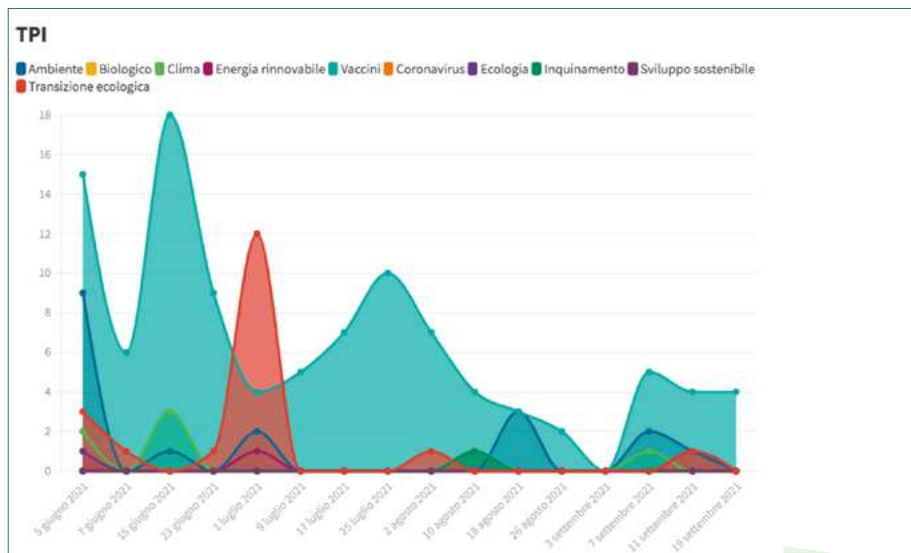


Gráfico 2 - La frequenza delle keywords ambientali

IL RESTO DEL CARLINO/PESARO.IT

Il Resto del Carlino è un quotidiano italiano fondato nel 1885. È il primo quotidiano per diffusione in Emilia-Romagna e Marche. Insieme a La Nazione di Firenze, Il Giorno di Milano e Il Telegrafo di Livorno, forma il gruppo editoriale (Monti Riffeser) delle quat-tro testate denominato QN - Quotidiano Nazionale. Per quanto riguarda l'analisi del 2021 la keywords più nominata è stata *vaccini*, con un picco massimo di 26 articoli giornalieri registrato il 17 luglio. Al secondo posto troviamo *transizione ecologica*, con il picco massimo registrato lo scorso 11 settembre, segue la parola *ambiente* con un picco di 17 articoli giornalieri raggiunto il 5 luglio.

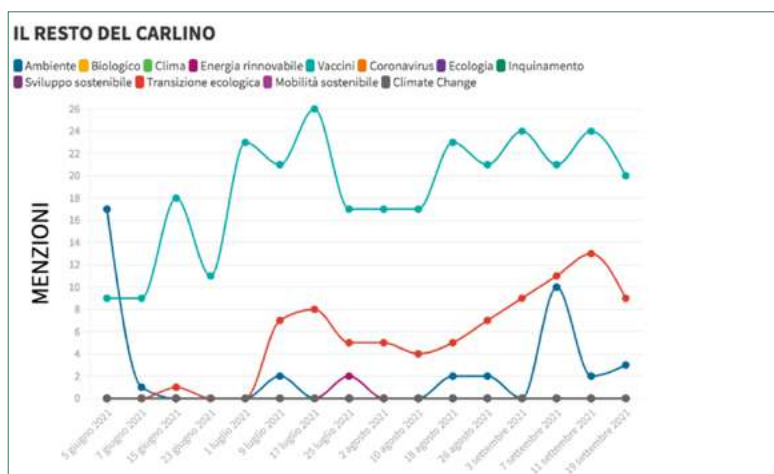


Grafico 1 - La frequenza delle keywords nelle giornate di rilevamento

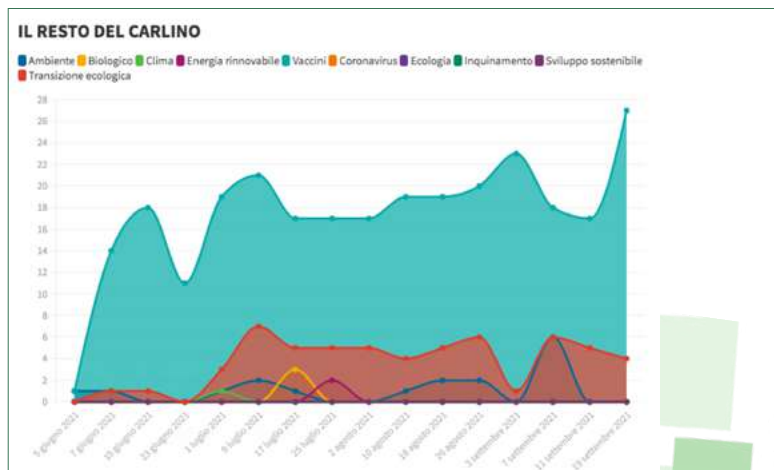


Grafico 2 - La frequenza delle keywords ambientali

SEZIONE RADIO

Introduzione

La nascita dei podcast sta facendo vivere una nuova giovinezza alla radio, un medium che si era pensato sorpassato. Nel caso dei podcast, del mezzo di informazione originario è rimasta soltanto la voce, perché il supporto non è l'autoradio o la radio da casa, ma lo smartphone, il tablet o il computer. Eppure non è nella forma che risiede la sostanza.

Secondo i dati rilevati dall'associazione *Tavolo Editori Radio* (Ter) relativi al terzo trimestre 2021, che la radio è cresciuta negli ascolti sia nel giorno medio sia nel tempo di ascolto. Il ritorno alla normalità, degli orari di ufficio e delle scuole, e le auto di nuovo nelle strade, hanno fatto riprendere fiato e forza al mezzo radio, che si conferma una certezza nel panorama dei media. Il pubblico giornaliero è aumentato del 2 per cento dai dati Ter 2020 ed è in crescita costante, mentre gli ascolti su un campione-tipo di un quarto d'ora, hanno rilevato una crescita del 6 per cento rispetto allo scorso trimestre.

Per la rilevazione del Rapporto Eco Media 2021 si è scelto di prendere a campione il Giornale radio (Gr) della radio più seguita, RTL, e il Gr più famoso, quello di Rai Radio 1. Radio Rai è stata l'emittente che è cresciuta di più nelle rilevazioni Ter. Nella classifica Ter, RadioRAI scavalca negli ascolti il gruppo Gedi, posizionandosi al secondo posto dopo le radio Mediaset.

Le ragioni del nuovo successo della radio risiedono forse nelle ragioni di sempre, nella familiarità della voce diretta cui non bisogna associare un volto, come è invece per la televisione. Questo significa che uno stesso speaker del Gr1 può permettersi di ripetere nei 23 minuti di media fino a 11 volte la parola Covid o pandemia, 10 volte green pass e altre 10 vaccini senza risultare noioso.

LA RADIO: UNO STUDIO DI METODO

Non è un metodo di studio perché non si può pensare di analizzare un giornale radio di 23 minuti, indirizzato a un pubblico che richiede molte informazioni, come un giornale radio di 4 minuti di una radio a prevalenza musicale. È invece uno studio di un metodo, perché quella radio commerciale è la più ascoltata dagli italiani, e con la varietà dei prodotti radio, proposti dalle stesse emittenti e ricordati nelle pagine precedenti dai presidenti di Rai Radio 1 e Rtl, aprono un ventaglio di programmi pienamente o parzialmente radiofonici (sicuramente vocali) che andrebbero inseriti nelle prossime

analisi. La crisi pandemica, come altre in passato, ha accelerato processi in corso, bisogna quindi monitorare i dati di Collapse Statistic, che evidenziano come nella fascia 18-34 anni il podcast sia una fonte di informazione e intrattenimento per il 73 per cento degli italiani, mentre il 62 per cento nel 2020 ascolta podcast. Numeri che impongono un nuovo approccio di studio al programma radio.

RTL

RTL è la radio più ascoltata in Italia, con uno share medio di 6.396.000 spettatori al giorno, in calo rispetto ai 7.306.000 del 2020. “È una grande soddisfazione anche per le altre radio del gruppo, Radio Zeta e Radiofreccia, che incrementano gli ascolti e crescono nel gradimento del pubblico.

Rtl è anche la prima radiovisione italiana e la sua spinta verso la modernità si coglie anche nella continuità con cui parla di temi ambientali, anche se con una bassa frequenza. Come ha dichiarato il presidente Lorenzo Suraci, “*Rtl ha sempre saputo interpretare il desiderio di tutti gli ascoltatori di poter tornare alla normalità*”.

RAI RADIO 1

I dati Ter del primo semestre 2021 sono molto positivi per Rai Radio che fa segnare una crescita dello share del 12,7 per cento rispetto al pari periodo del 2019 (il dato del primo semestre 2020 non è stato prodotto causa Covid). Tale risultato riporta Il gruppo Rai ai numeri del 2016, prima della ricerca Ter, e arriva dopo un triennio caratterizzato dal totale rinnovamento delle radio Rai in termini di digitalizzazione, presidio dei social e di tutti i mezzi online, apertura della modalità visual.

La Rai ha avviato da tempo una ricerca riservata degli ascolti basata su meter come quello fornito da Tavolo editori radio e, commenta Roberto Sergio, direttore di Rai Radio: “*Per la prima volta possiamo dire che i dati Ter vanno nella stessa direzione di quelli in nostro possesso, anche se ancora sottostimati. Evidentemente la crescita reale dei nostri ascolti è stata così forte che anche una ricerca basata sul ricordo come quella Ter l’ha registrata*”. Bisogna infatti tenere presente che oltre ai contenuti prettamente radiofonici, bisogna considerare quelli “podcast” o i parlati che vengono condivisi su altri media come social e tutte le altre piattaforme digitali da parte di Rai Radio.

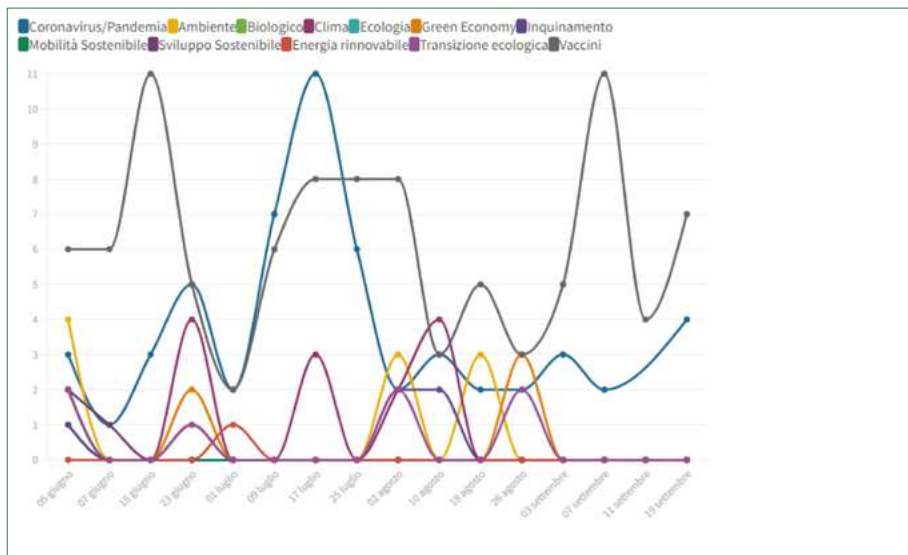


Grafico 1 - La frequenza delle keywords nei Gr1 di Rai Radio 1

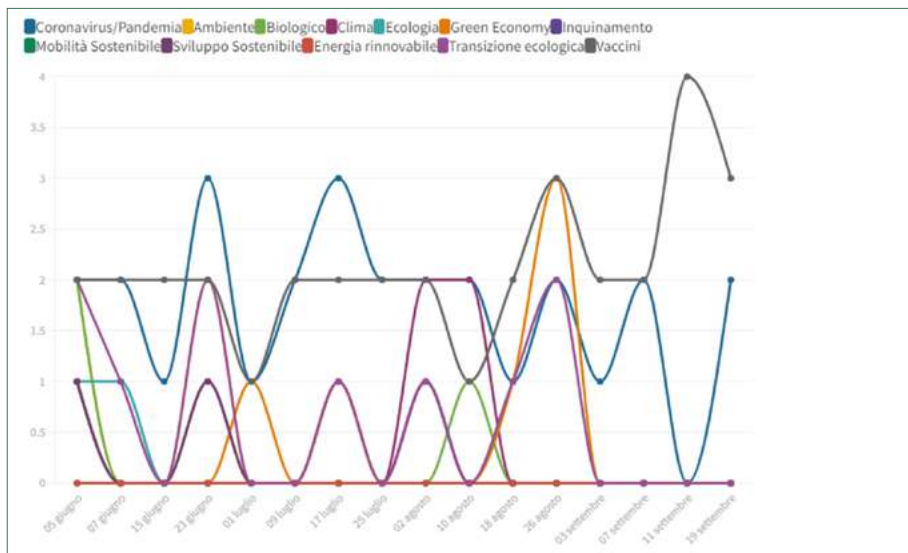


Grafico 2 - La frequenza delle keywords nei Gr di RTL

COMMENTO AI GRAFICI

Nei giornali radio di entrambe le emittenti, la parola *vaccini* non salta un giorno. *Coronavirus* o *pandemia* è la seconda in ordine di apparizione, che manca solamente l'11 settembre. I temi ambientali non hanno mai una parte a sé, come li hanno invece la politica interna o estera o lo sport e fuori da tre eventi particolari le parole chiave per l'ambiente vengono nominate solamente in altre tre occasioni per un totale di sei giorni su sedici (poco più di un quarto).

Il primo giorno di rilevazione dati era il 5 giugno, la giornata mondiale per l'ambiente che quest'anno ha coinciso con il disastro della petroliera New Diamond che ha riversato nel mare vicino lo Sri Lanka 2 milioni di barili di petrolio. Il 17 dello stesso mese una disastrosa alluvione ha scosso l'area del Nordreno-Vestfalia, al confine tra Germania e Belgio, lasciando più di 190 morti. Il dieci agosto sulle prime pagine dei quotidiani c'erano gli incendi che bruciavano vaste zone del sud del paese.

Gli altri giorni in cui nei due Gr sono state pronunciate parole come *mobilità sostenibile*, *svolta green* o *transizione ecologica* riguardano per lo più il problema dei rifiuti e nello specifico lo smaltimento dei rifiuti a Roma. Resta significativo che in questi tre giorni - 23 giugno, 18 agosto e 26 agosto - le prime pagine si concentrano sul Disegno di legge Zan contro l'omotransfobia (23 giugno) e sulla presa di Kabul da parte dei talebani (18 e 26 agosto).

SOCIAL NETWORK

I profili social dei quotidiani: quando di “green” c’è solo il “pass”

Nel Rapporto di quest’anno si è deciso di analizzare anche i profili social – Instagram, Facebook e Twitter – dei quotidiani oggetto d’indagine. Lo scopo era osservare, al netto della produzione di articoli e contenuti dei giornali italiani, su quali di questi articoli i giornali scegliessero di puntare sui propri social, a quali scegliessero di dare una maggiore visibilità, posto che un articolo condiviso sui social ne ha di sicuro un maggiore rispetto a uno che resta solo sul sito del giornale.

A fronte di una scarsa presenza di tutte le parole monitorate – in alcune giornate non sono presenti occorrenze per nessuna parola, e addirittura nei profili Twitter e Instagram di Tpi non ci sono in nessuna giornata –, si rivela una netta prevalenza di *Covid* (o *coronavirus*) e *vaccini*, soprattutto su Facebook. Anche nel 2021, come nel 2020, le parole legate alla pandemia sovrastano quindi le parole legate al clima e all’ambiente. Se però nel 2020 la parola più presente era senz’altro *Covid-19* (o *coronavirus*), nel 2021 le parole della pandemia sono cambiate.

Il boom è sulla parola *vaccini*, anche se dal mese di agosto diventa rilevante anche la parola *no-vax*. La parola *green*, che nella nostra indagine era legata a *energy*, è invece nei giornali quasi sempre associata alla parola *pass*: un dato esemplificativo della preponderanza dei temi della pandemia su quelli ambientali.

Molti giornali condividono sui social un quotidiano bollettino Covid (a livello nazionale o, nel caso del Resto del Carlino, anche regionale). Delle news legate al coronavirus si parla sempre in abbondanza: il primo caso di Covid-19 nel villaggio olimpico di Tokyo, il ministro della Sanità del Regno Unito, Sajid Javid, risultato positivo al Covid a metà luglio. E poi le notizie legate ai vaccini: approvazioni, minacce, casi di morte a seguito di vaccino – quest’ultimi riportati soprattutto da Il Giornale.

I temi ambientali sono stati invece poco presenti durante tutto il periodo del monitoraggio, anche a fronte di notizie rilevanti legate al frame “ambiente e clima”: il report dell’Ipcc (Intergovernmental panel on climate change) pubblicato il 9 agosto, considerato dagli esperti la valutazione più completa mai realizzata sulla minaccia del riscaldamento globale; le alluvioni in Germania e gli incendi in Sicilia durante l’estate (dei quali, se si parla, non lo si fa in relazione al cambiamento climatico).

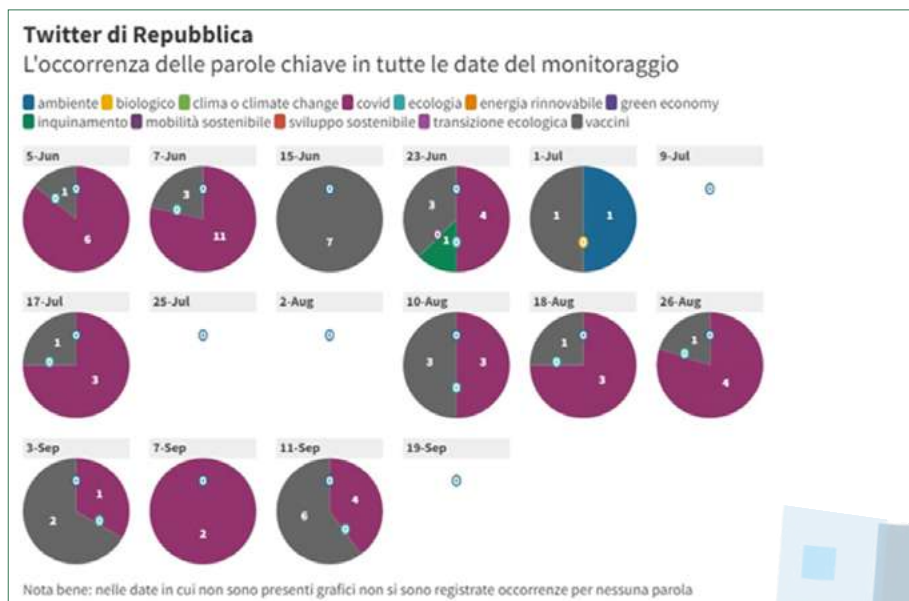
Nonostante ciò, spesso la parola *ecologia* è associata alla parola *salute*: si tengono in conto i temi del cambiamento climatico quando riguardano la salute umana, ma meno

quando riguardano lo stato di salute del Pianeta. Di *energia green*, come detto, si parla molto poco, ma Il Sole 24 Ore posta spesso articoli relativi ad auto elettriche, termiche, ibride, eccetera: il lato economico della transizione ecologica. Parola che era presente nel monitoraggio di quest'anno in quanto l'Italia le ha designato un ministero ad hoc nel governo Draghi, ma che non è quasi mai stata trattata dai giornali sui loro social.

Di seguito è possibile scoprire graficamente come le parole chiave si sono distribuite nelle varie giornate monitorate, rispettivamente sulle pagine Twitter, Instagram e Facebook dei vari giornali.

COMMENTO AI GRAFICI

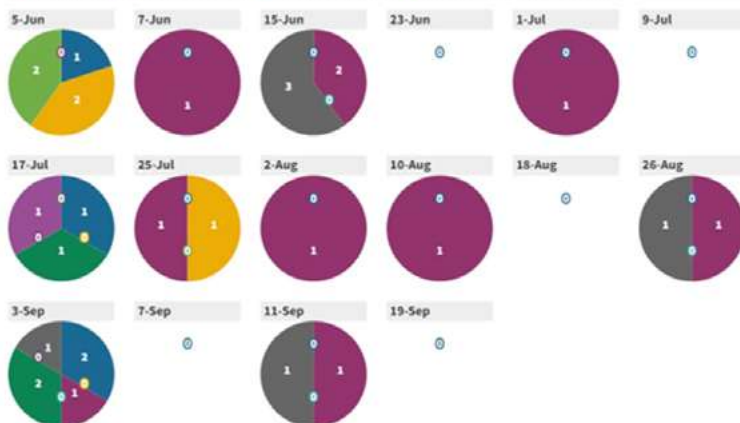
Nei successivi grafici a torta si può vedere come i colori delle parole che riguardano la pandemia, ossia *covid* (lilla) e *vaccini* (grigio) ricorrono sempre, a differenza delle altre parole, quelle ambientali, che sono quasi sempre assenti. Nel complesso, i quotidiani che parlano più di clima, ambiente e inquinamento sui social sono il Corriere della sera (con 22 occorrenze), Fatto Quotidiano (con 21), mentre quelli che ne parlano meno sono il Giornale (con solo due occorrenze), il Resto del Carlino e Tpi (entrambi con tre). Nel mezzo stanno il Sole 24 ore (con 18 occorrenze) e Repubblica (con 17).



Post Instagram di Repubblica

L'occorrenza delle parole chiave in tutte le date del monitoraggio

■ ambiente ■ biologico ■ clima o climate change ■ covid ■ ecologia ■ energia rinnovabile ■ green economy
 ■ inquinamento ■ mobilità sostenibile ■ sviluppo sostenibile ■ transizione ecologica ■ vaccini

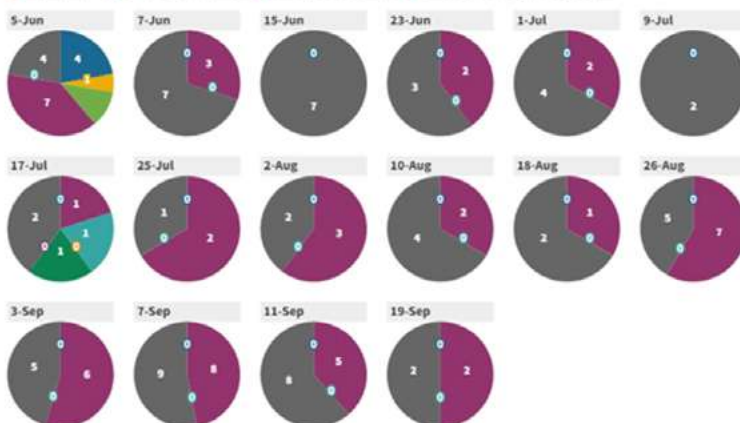


Nota bene: nelle date in cui non sono presenti grafici non si sono registrate occorrenze per nessuna parola

Post Facebook di Repubblica

L'occorrenza delle parole chiave in tutte le date del monitoraggio

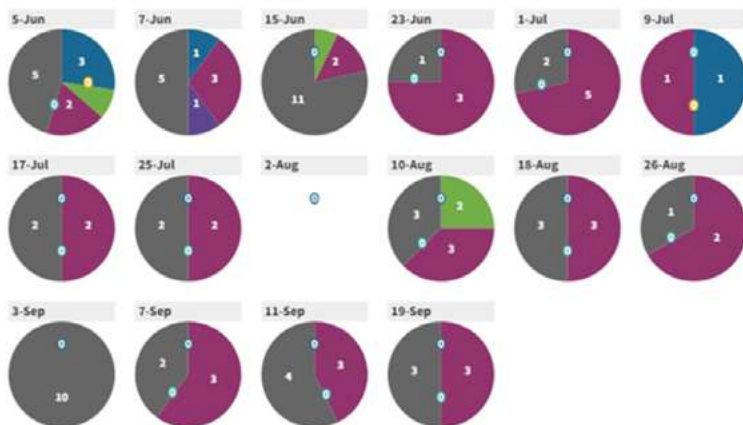
■ ambiente ■ biologico ■ clima o climate change ■ covid ■ ecologia ■ energia rinnovabile ■ green economy
 ■ inquinamento ■ mobilità sostenibile ■ sviluppo sostenibile ■ transizione ecologica ■ vaccini



Twitter del Corriere della Sera

L'occorrenza delle parole chiave in tutte le date del monitoraggio

■ ambiente ■ biologico ■ clima o climate change ■ covid ■ ecologia ■ energia rinnovabile ■ green economy
 ■ inquinamento ■ mobilità sostenibile ■ sviluppo sostenibile ■ transizione ecologica ■ vaccini

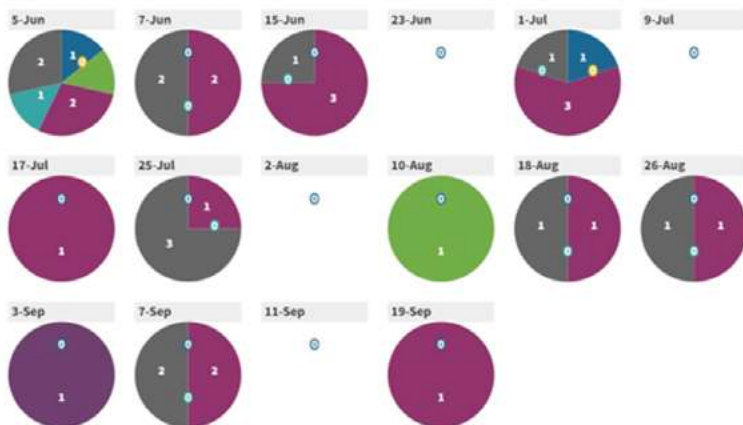


Nota bene: nelle date in cui non sono presenti i grafici non sono state registrate occorrenze per nessuna parola

Post Instagram del Corriere della Sera

L'occorrenza delle parole chiave in tutte le date del monitoraggio

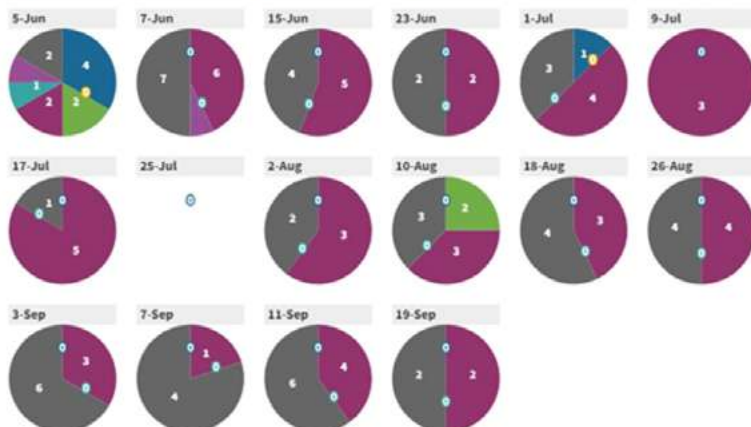
■ ambiente ■ biologico ■ clima o climate change ■ covid ■ ecologia ■ energia rinnovabile ■ green economy
 ■ inquinamento ■ mobilità sostenibile ■ sviluppo sostenibile ■ transizione ecologica ■ vaccini



Post Facebook del Corriere della Sera

L'occorrenza delle parole chiave in tutte le date del monitoraggio

■ ambiente ■ biologico ■ clima o climate change ■ covid ■ ecologia ■ energia rinnovabile ■ green economy
 ■ inquinamento ■ mobilità sostenibile ■ sviluppo sostenibile ■ transizione ecologica ■ vaccini

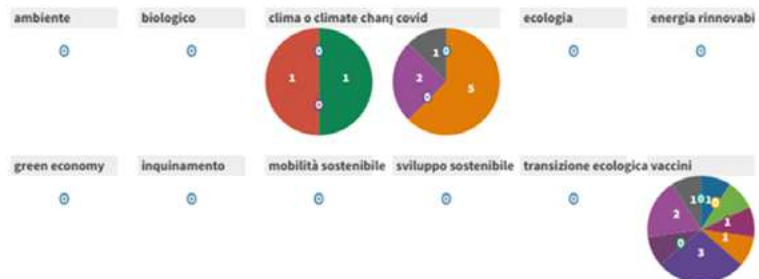


Nota bene: nelle date in cui non sono presenti i grafici non sono state registrate occorrenze per nessuna parola

Post Instagram Il Fatto Quotidiano

L'occorrenza delle parole chiave in tutte le date del monitoraggio

■ 5-Jun ■ 7-Jun ■ 15-Jun ■ 23-Jun ■ 1-Jul ■ 9-Jul ■ 17-Jul ■ 25-Jul ■ 2-Aug ■ 10-Aug ■ 18-Aug ■ 26-Aug
 ■ 3-Sep ■ 7-Sep ■ 11-Sep ■ 19-Sep

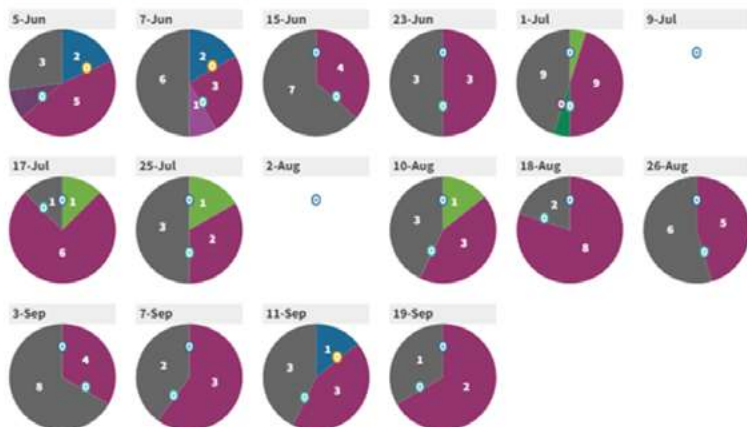


Nota bene: nelle date in cui non sono presenti i grafici non sono state registrate occorrenze per nessuna parola

Twitter Il Fatto Quotidiano

L'occorrenza delle parole chiave in tutte le date del monitoraggio

■ ambiente ■ biologico ■ clima o climate change ■ covid ■ ecologia ■ energia rinnovabile ■ green economy
 ■ inquinamento ■ mobilità sostenibile ■ sviluppo sostenibile ■ transizione ecologica ■ vaccini

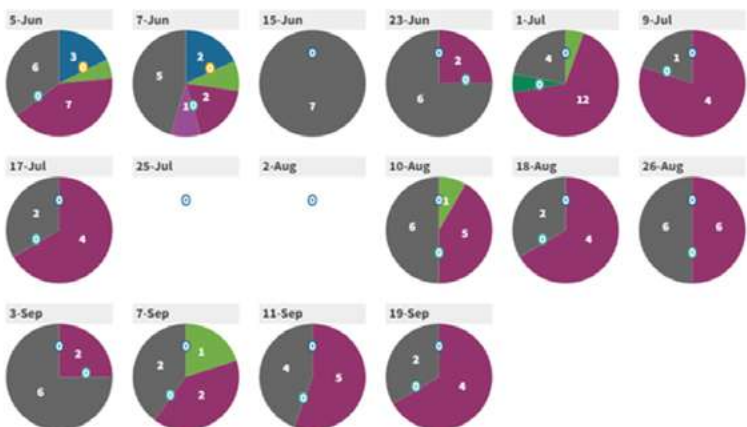


Nota bene: nelle date in cui non sono presenti i grafici non sono state registrate occorrenze per nessuna parola

Post Facebook Il Fatto Quotidiano

L'occorrenza delle parole chiave in tutte le date del monitoraggio

■ ambiente ■ biologico ■ clima o climate change ■ covid ■ ecologia ■ energia rinnovabile ■ green economy
 ■ inquinamento ■ mobilità sostenibile ■ sviluppo sostenibile ■ transizione ecologica ■ vaccini

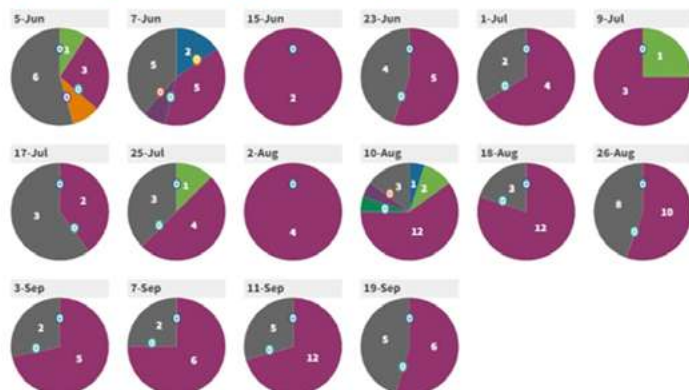


Nota bene: nelle date in cui non sono presenti i grafici non sono state registrate occorrenze per nessuna parola

Twitter Il Sole 24 Ore

L'occorrenza delle parole chiave in tutte le date del monitoraggio

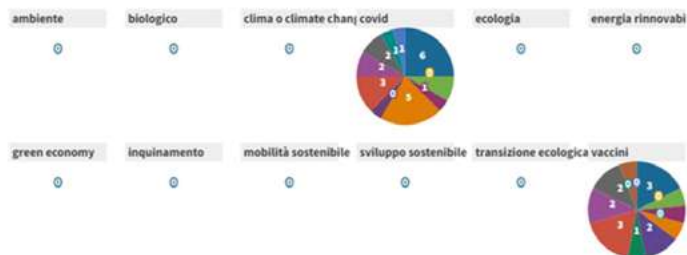
■ ambiente ■ biologico ■ clima o climate change ■ covid ■ ecologia ■ energia rinnovabile ■ green economy
 ■ inquinamento ■ mobilità sostenibile ■ sviluppo sostenibile ■ transizione ecologica ■ vaccini



Post Instagram Il Sole 24 Ore

L'occorrenza delle parole chiave in tutte le date del monitoraggio

■ 5-Jun ■ 7-Jun ■ 15-Jun ■ 23-Jun ■ 1-Jul ■ 9-Jul ■ 17-Jul ■ 25-Jul ■ 2-Aug ■ 10-Aug ■ 18-Aug ■ 26-Aug
 ■ 3-Sep ■ 7-Sep ■ 11-Sep ■ 19-Sep

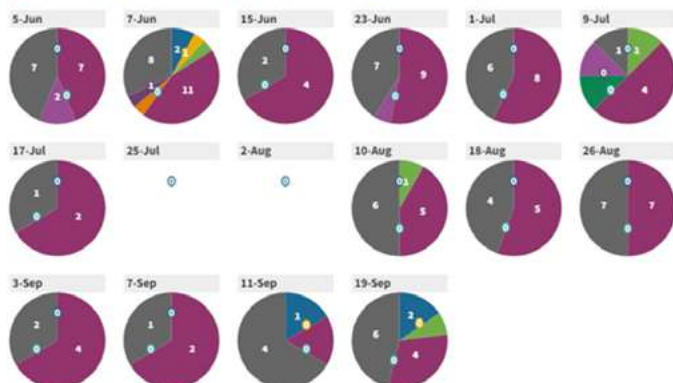


Nota bene: nelle date in cui non sono presenti i grafici non sono state registrate occorrenze per nessuna parola

Post Facebook Il Sole 24 Ore

L'occorrenza delle parole chiave in tutte le date del monitoraggio

■ ambiente ■ biologico ■ clima o climate change ■ covid ■ ecologia ■ energia rinnovabile ■ green economy
 ■ inquinamento ■ mobilità sostenibile ■ sviluppo sostenibile ■ transizione ecologica ■ vaccini

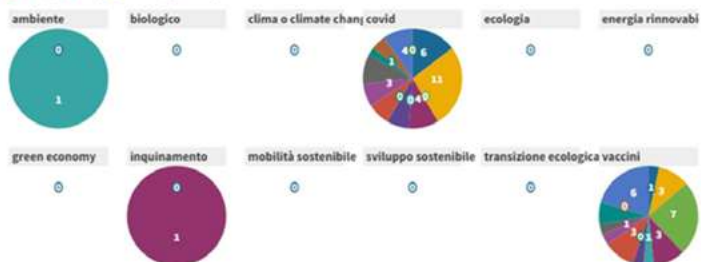


Nota bene: nelle date in cui non sono presenti i grafici non sono state registrate occorrenze per nessuna parola

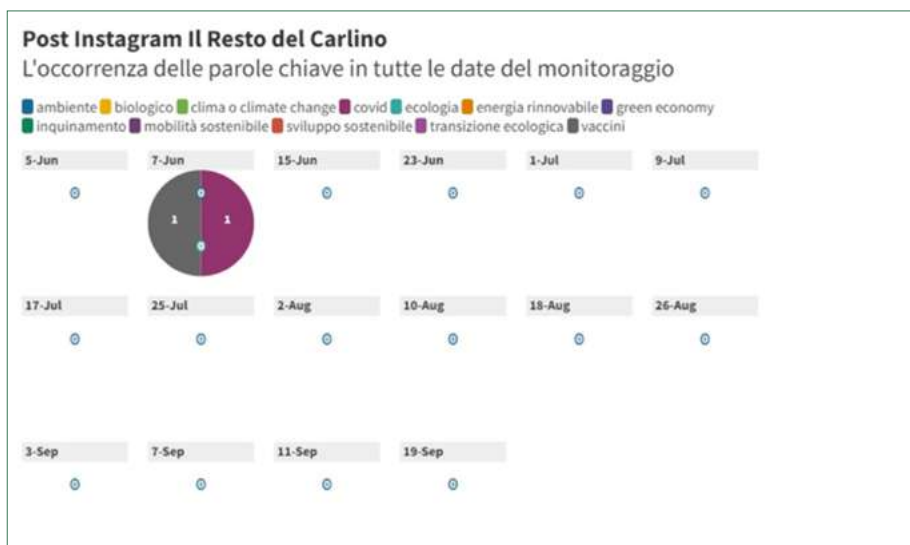
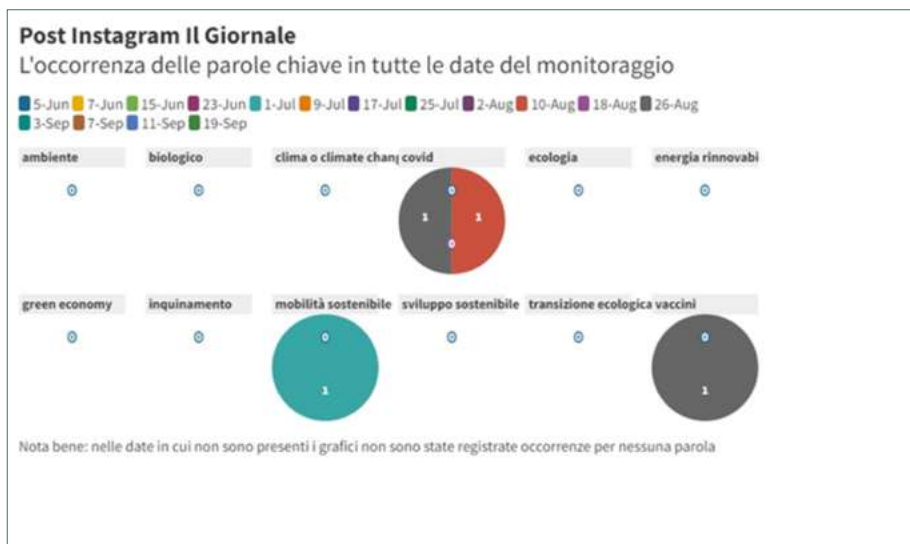
Twitter Il Giornale

L'occorrenza delle parole chiave in tutte le date del monitoraggio

■ 5-Jun ■ 7-Jun ■ 15-Jun ■ 23-Jun ■ 1-Jul ■ 9-Jul ■ 17-Jul ■ 25-Jul ■ 2-Aug ■ 10-Aug ■ 18-Aug ■ 26-Aug
 ■ 3-Sep ■ 7-Sep ■ 11-Sep ■ 19-Sep

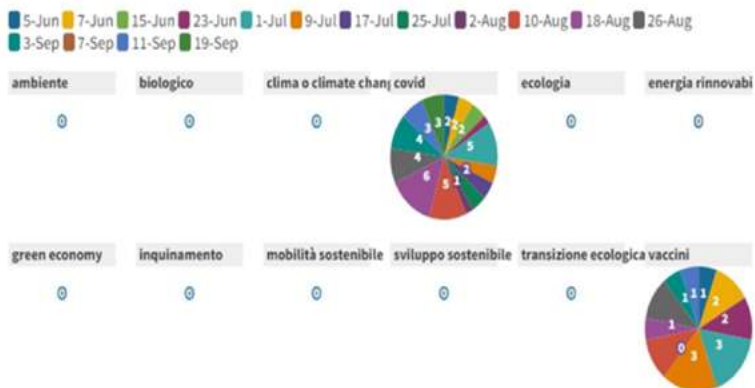


Nota bene: nelle date in cui non sono presenti i grafici non sono state registrate occorrenze per nessuna parola



Post Facebook Il Resto del Carlino

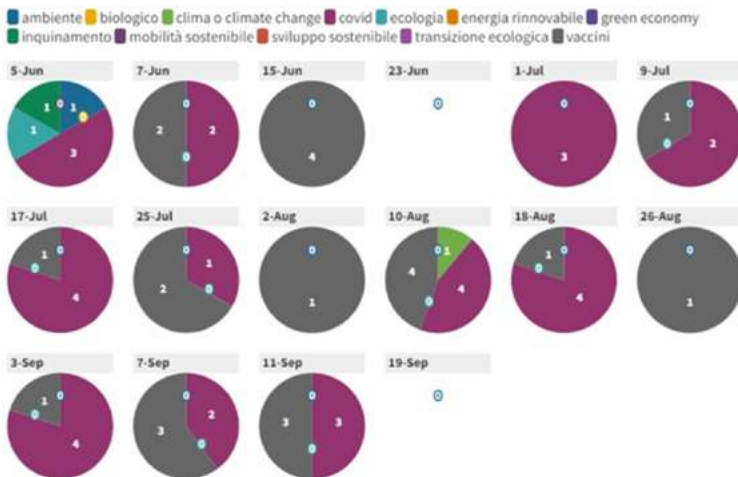
L'occorrenza delle parole chiave in tutte le date del monitoraggio



Nota bene: nelle date in cui non sono presenti i grafici non sono state registrate occorrenze per nessuna parola

Post Facebook Tpi

L'occorrenza delle parole chiave in tutte le date del monitoraggio



Nota bene: nelle date in cui non sono presenti i grafici non sono state registrate occorrenze per nessuna parola

CONCLUSIONI

La pandemia continua a essere il tema centrale nei media italiani. La preoccupazione per i contagi ha lasciato il posto alla tematica dei vaccini, e di conseguenza a quella dei cosiddetti No vax, e ciò a discapito delle tematiche dell'ambiente, sempre in secondo piano rispetto al preponderante coronavirus. Anche alcune notizie di attualità (la crisi in Afghanistan in primis) hanno tolto spazio all'ambiente e al clima, che però è tornato in correlazione a catastrofici eventi climatici in Europa - Germania e Belgio - e in Italia - Sicilia in particolare - durante l'estate.


Tra i telegiornali monitorati, il *TG5* è quello che ha fatto emergere un interessamento costante e sistematico alle tematiche ambientali, mentre il *TG3* ha posto maggior attenzione al tema durante l'estate, e per *Sky TG24* ambiente fa rima con economia e mobilità sostenibile. *TG1* e *TG2000* vengono monopolizzate dal coronavirus, mentre il *TG di La7* dedica buona parte del suo spazio informativo al tema Covid, con un focus specifico sui vaccini, affrontando la tematica ambientale in ottica europea.

Su *Repubblica.it* le tematiche ambientali sono quasi sempre presenti, ma in maniera minore rispetto a quelle della pandemia; *corriere.it* dedica molto spazio all'economia legata al Covid, così come *ilsole24ore.com*. *Ilfattoquotidiano.it*, *ilrestodelcarlino.it* e *tpi.it* si concentrano sui vaccini, mentre è quasi completamente assente la copertura ambientale nel Giornale.

Nei giornali radio di *RTL* e *Rai Radio1*, la parola *vaccini* è la più presente. *Coronavirus* è la seconda in ordine di apparizione, e manca solamente l'11 settembre. I temi ambientali non hanno mai una parte a sé, come li hanno invece la politica interna o estera o lo sport, e fuori da tre eventi particolari le parole chiave per l'ambiente vengono nominate solamente in altre tre occasioni, per un totale di sei giorni su sedici (poco più di un quarto).

Il Pnrr e la designazione di un ministero della Transizione ecologica non hanno portato l'attenzione che ci si aspettava sul tema del cambiamento climatico e dell'ambiente. Anche sui social i giornali scelgono di puntare su Covid e vaccini, ed è quasi del tutto assente la tematica ambientale.

Se già lo scorso anno vari studi hanno messo in relazione il Coronavirus e l'inquinamento



ambientale, all'aumento dei dati a supporto di questa tesi non è corrisposto un aumento dello spazio dedicatogli nei media. In Italia, l'inquinamento atmosferico occupa l'ottavo posto nella classifica dei principali fattori di rischio per la salute della popolazione ed è responsabile di decine di migliaia di morti premature e di un aumento importante della morbosità per molte malattie croniche, secondo i dati raccolti dall'Agenzia europea dell'ambiente nel 2018.

Quest'anno gli studi di ricercatori quali Matthew A. Cole (professore di Economia ambientale, University of Birmingham), Donghai Liang (Professore di Salute ambientale, Rollins School of Public Health), Marco Travaglio (MRC Toxicology Unit, University of Cambridge) hanno permesso di sviluppare modelli di tipo ecologico che mettono in relazione i livelli di inquinamento in un'area ai tassi di mortalità Covid-19 o incidenza di Covid-19 in quella zona.

Tuttavia, come sottolineano gli autori del focus su covid e ambiente realizzato dall'Istituto di fisiologia clinica Ifc-Cnr, dal Centro tematico regionale ambiente, prevenzione e salute, Arpae Emilia-Romagna e dal Dipartimento di epidemiologia, Ssr Lazio, *“troppo poca attenzione è stata riservata alla rappresentatività e qualità dei dati utilizzati”*.

Promosso



Insieme



In
partenariato



In
collaborazione



Con
il patrocinio



Con
la partecipazione



Con
il sostegno



Con
il contributo

