

Greenpeace ha recentemente pubblicato uno studio che analizza il comportamento della stampa italiana riguardo la crisi climatica. Secondo l'associazione dimostrerebbe non solo che i temi ambientali ad essa connessi trovano poco spazio fra le pagine di giornale, ma anche che il modo in cui vengono trattati non sempre è adeguato. Soprattutto, farebbe emergere come proprio quelle aziende maggiormente inquinanti il pianeta abbiano una grande influenza sulle maggiori testate della Penisola. Condotta dall'**Osservatorio di Pavia**, istituto specializzato in ricerca nell'ambito della comunicazione, questo studio si è svolto in due operazioni parallele: l'analisi dei contenuti a tema ambientale negli articoli e il monitoraggio dello spazio dato ad aziende e pubblicità inquinanti. Confrontati i dati, è stata infine messa a punto una classifica dei quotidiani più e meno virtuosi.

Per 52 giorni, dal 1° gennaio al 30 aprile 2022, sono state scandagliate le pagine dei 5 principali giornali italiani: *il Corriere della Sera*, *la Repubblica*, *La Stampa*, *il Sole 24 Ore* e *Avvenire*. Gli articoli presi in esame, in totale 528, riguardavano argomenti come il riscaldamento globale, l'effetto serra, l'energia, ma anche la decarbonizzazione, la riduzione delle emissioni e molti altri. Sono stati analizzati secondo vari criteri: il modo in cui si parlava della crisi, le cause imputate, se e chi veniva indicato come responsabile, lo spazio dato a tesi che negano l'emergenza, ecc. I principali aspetti emersi con la prima operazione sono che:

- in media vengono pubblicati **due articoli al giorno** che citano, accennano o trattano la crisi climatica;
- di questi **solo il 22%** ne parla come argomento centrale: il 16% la affronta marginalmente, il 27% la cita soltanto e il 33% vi si riferisce in modo implicito;
- per la maggiore, **nel 45% dei casi**, il problema è inquadrato come **economico**, nel 25% come politico, nel 13% come ambientale, nell'11% come culturale e infine, nel 4%, come scientifico-tecnologico;
- là dove il tema della crisi climatica è centrale **solo il 22%** delle cause viene citato, il restante 77% rimane oscuro: la più frequente sono i combustibili fossili, seguono le emissioni di CO₂, le decisioni politiche e i comportamenti individuali.

Di converso la seconda operazione ha rilevato molto spazio dato a pubblicità o aziende

inquinanti. Ciò è apparso come **una contraddizione** poiché, facendo largo utilizzo di combustibili fossili, queste realtà sono fra le maggiori responsabili delle **emissioni climalteranti**, accertata con-causa del cambiamento climatico. Le pubblicità individuate nei quotidiani, in totale 266, riguardano aziende aeree, crocieristiche e naturalmente dell'automotive. Negli articoli, a queste e ad altre, in media viene data più voce che a ogni altro soggetto: nel 18% dei casi, contro il 14% dove a parlare sono gli scienziati e l'11% delle associazioni ambientaliste. L'Osservatorio ha cercato di studiare anche la trasparenza dei quotidiani riguardo i finanziamenti da parte di aziende inquinanti. *Greenpeace* ha inviato un apposito questionario a ciascuno dei 5 direttori ma **solo Avvenire ha risposto**.

Dati alla mano è stata quindi prodotta quella che *Greenpeace* ha denominato "la lista degli intrappolati", valutando i giornali con un punteggio da 1 a 5 in base ai seguenti parametri riassuntivi: lo spazio dato alla crisi climatica, se i combustibili fossili vengono citati tra le cause, quanta voce hanno le aziende più inquinanti, quanto spazio viene concesso alle loro pubblicità e se sono trasparenti rispetto ai finanziamenti. È emerso che il *Sole 24 Ore* è il quotidiano che produce più articoli inerenti al problema climatico, ma nel 50% dei casi sono inadeguati, poiché lo trattano implicitamente o marginalmente. Il quotidiano di Confindustria e anche quello dove si riscontra maggior presenza di pubblicità di aziende inquinanti: **89**. Seguono poi il *Corriere della Sera* con 64 inserzioni, *la Repubblica* con 59 e *la Stampa* con 34. Nessuno di questi quotidiani ha ottenuto un punteggio sufficiente nella classifica: il massimo 2,2 punti di *Repubblica* e il *Corriere*. *Avvenire* è apparentemente il giornale analizzato più virtuoso: oltre ad essere stato trasparente sui finanziamenti, viene subito dopo il *Sole* per numero di articoli a tema climatico, ha la media di pubblicazione più alta (1,83 articoli al giorno) e tratta il tema climatico in modo centrale con più frequenza (nel 33% dei casi). Riconosce poi maggiormente i combustibili fossili come causa principale dei problemi ambientali e al contempo dà meno spazio a quelle aziende inquinanti in termini di inserzioni pubblicitarie (appena 20 quelle riscontrate). Ha ottenuto **3 punti** nella classifica.

Riguardo la ricerca e i report prodotti **Giancarlo Sturloni**, responsabile della comunicazione di *Greenpeace Italia*, ha dichiarato: «Questo studio dimostra la pericolosa influenza esercitata dalle aziende inquinanti sulla stampa italiana. Basti pensare che in quattro mesi, nei 528 articoli esaminati, le compagnie petrolifere sono indicate tra i responsabili della crisi climatica appena due volte». E **Chiara Campione**, responsabile dell'unità Corporate, sulla classifica prodotta ha tenuto a precisare: «Abbiamo deciso di chiamarla la "classifica degli intrappolati" per denunciare la pericolosa dipendenza del giornalismo italiano dai finanziamenti delle aziende inquinanti. Se vogliamo preservare la libertà di stampa e consentire a cittadine e cittadini di conoscere la verità sulla crisi

Greenpeace svela l'influenza delle grandi aziende inquinanti sulla
stampa italiana

climatica, dobbiamo rompere il patto di potere che incatena i mass media all'industria dei combustibili fossili».

Le fonti ai singoli report: [l'analisi degli articoli](#), [la ricognizione delle inserzioni pubblicitarie](#), ["la classifica degli intrappolati"](#).

[di Andrea Giustini]