

APAT  
Agenzia per la Protezione dell'Ambiente e per i Servizi  
Tecnici

“L'informazione ambientale e i mezzi di comunicazione:  
indagine sulla visibilità delle tematiche ambientali e  
dell'APAT attraverso carta stampata e pagine web”

Stagista:  
Giuliana Bevilacqua

Tutor:  
Lorena Cecchini

## PREFAZIONE

Lo stage, a conclusione del quale è stata presentata questa tesina, si è svolto all'Ufficio Stampa dell'APAT. La stagista, Giuliana Bevilacqua, ha avuto modo di partecipare alle varie attività, imparando ad organizzare la rassegna stampa, redigere comunicati stampa, gestire i rapporti con le varie testate giornalistiche e fornire un valido contributo all'organizzazione di eventi promossi dall'APAT.

Queste esperienze maturate, unite alla coscienza dell'importanza sempre maggiore che nella nostra società rivestono l'informazione e la comunicazione, hanno portato a formulare dei quesiti, a cui questa tesina ha voluto poi dare una risposta: quanto spazio Internet e carta stampata dedicano all'informazione ambientale? E quanta visibilità viene data alle attività dell'APAT e delle ARPA regionali?

Dopo aver preparato apposite schede, la stagista ha poi svolto puntualmente il monitoraggio dei mezzi di comunicazione in precedenza selezionati, producendo un interessante quadro dello stato di salute dei nostri *media*. Siti Internet e giornali, quotidiani e periodici, appaiono in alcuni casi poco sensibili alle problematiche ambientali, a cui al contrario dedicano attenzione in concomitanza di gravi calamità ed emergenze. All'interno di ogni categoria, tuttavia, è opportuno fare delle distinzioni: alcuni siti Internet e testate giornalistiche dimostrano infatti di essere attente a ciò che accade al patrimonio ambientale del Paese e alle innumerevoli sfaccettature delle attività agenziali. Nel complesso non si può certo affermare che le conclusioni a cui si è giunti siano soddisfacenti, ma in questa tesina si forniscono, oltre ai risultati del monitoraggio effettuato, anche utili proposte per colmare le lacune lasciate dall'informazione ambientale nell'immenso mondo dei mezzi di comunicazione. Il fine ultimo è quello di creare il tanto auspicato triangolo Istituzioni – media – cittadini, nell'ambito del quale le informazioni ambientali circolano in maniera corretta e tempestiva.

## ABSTRACT - italiano

In questa tesina sono esposti i risultati di una ricerca che ha avuto come oggetto l'informazione ambientale, la sua diffusione attraverso Internet e carta stampata, nonché l'attenzione rivolta in tale contesto alle attività svolte dall'APAT e dalle ARPA che operano sul territorio nazionale.

Il reperimento dei dati ha richiesto una verifica quotidiana per un periodo di 5 settimane; sono stati esaminati siti internet tematici (pertanto specializzati in ambiente) e siti di informazione generale. All'interno di questa categoria sono stati collocati sia i siti appartenenti ad Amministrazioni locali che ad Organismi internazionali, nonché quelli gestiti da privati o legati a testate giornalistiche di carta stampata; l'analisi è stata ampliata ad alcune agenzie stampa.

Per poter registrare quanto rilevato, ci si è serviti di specifiche tabelle in cui, quotidianamente, sono stati inserite le valutazioni in merito alla frequenza di informazioni ambientali riportate dai media in esame, la frequenza di notizie in cui sono esposte le attività dell'Agenzia Protezione Ambiente e Servizi Tecnici e delle ARPA regionali, la tipologia di informazione veicolata.

Il quadro finale non è del tutto positivo: Internet appare piuttosto distratta per quanto riguarda la divulgazione ambientale e questo giudizio abbraccia sia i siti legati a testate di carta stampata che quelli gestiti da soggetti pubblici. Lo stesso non può dirsi per le notizie veicolate attraverso i siti internet delle agenzie stampa, le quali dimostrano di affrontare le tematiche ambientali, pur non soddisfacendo del tutto. La carta stampata, nonostante qualche deludente caso, è il mezzo di comunicazione che più di ogni altro analizzato dimostra attenzione e partecipazione.

La strada da fare è ancora molta per coprire il vuoto che in alcuni ambiti ha sinora lasciato l'informazione ambientale. Gli strumenti di intervento sono di facile gestione, ma è necessaria una volontà orientata in tal senso, da applicarsi su più livelli.

## ABSTRACT - english

In this thesis there are the results of a research whose object is the environmental information, its circulation through Internet and press and the attention of these media towards the APAT and the local ARPA activities.

The data selection has been improved during 5 five weeks; this examination concerns thematic Internet sites, specialized in environmental themes, and general information sites, managed by local Administrations, international Organizations, press agencies and editorial offices. The data registration has been realized thanks to specific tables.

Here the results of this work: Internet seems very inattentive about the environmental information and this opinion concerns most the Internet sites analyzed. It is not the same for the press agencies sites, proving a greater attention for environmental problems. The scenery is not yet significant.

In spite of some case, the press panorama appears better than the others analyzed, because several daily newspapers dedicate great attention to environmental information and Agency activities.

To change this situation, it's necessary the awareness of editors and newspapers directors and the more complete preparation in environmental problems by journalists. In this way, people will be more informed and receive all the instruments useful to react to illegal acts against environment and the communities safety.

## INDICE

Prefazione	pag. 2
Abstract - italiano	pag. 3
Abstract - inglese	pag. 4
Indice	pag. 5
Introduzione	pag. 6
Metodologia	pag. 11
Capitolo I “L’informazione ambientale <i>on line</i> ”	pag. 14
Introduzione	pag. 14
I. <a href="http://www.e-gazette.it">www.e-gazette.it</a>	pag. 17
II. <a href="http://www.ambiente.it">www.ambiente.it</a>	pag. 18
III. <a href="http://www.reteambiente.it">www.reteambiente.it</a>	pag. 19
IV. <a href="http://www.minambiente.it">www.minambiente.it</a>	pag. 20
V. <a href="http://www.legambienteonline.it">www.legambienteonline.it</a>	pag. 20
VI. <a href="http://www.sinanet.apat.it">www.sinanet.apat.it</a>	pag. 21
VII. <a href="http://www.ilvelino.it">www.ilvelino.it</a>	pag. 22
VIII. <a href="http://www.omniroma.it">www.omniroma.it</a>	pag. 23
IX. <a href="http://www.europa.eu.int">www.europa.eu.int</a>	pag. 23
X. <a href="http://www.agi.it">www.agi.it</a>	pag. 24
XI. <a href="http://www.asca.it">www.asca.it</a>	pag. 25
XII. <a href="http://www.AdnKronnos.it">www.AdnKronnos.it</a>	pag. 25
XIII. <a href="http://www.repubblica.it">www.repubblica.it</a>	pag. 26
XIV. <a href="http://www.corriere.it">www.corriere.it</a>	pag. 27
Conclusioni	pag. 27
Capitolo II “L’informazione ambientale su carta stampata”	pag. 28
Introduzione	pag. 28
I. Corriere della Sera	pag. 29
II. La Repubblica	pag. 30
III. L’Unità	pag. 30
IV. La Gazzetta del Mezzogiorno	pag. 31
V. Il Messaggero	pag. 32
VI. L’Espresso	pag. 33
Conclusioni	pag. 33
Capitolo III “L’APAT, l’informazione ambientale e i giornalisti”	pag. 35
I. La visibilità dell’APAT	pag. 35
II. “Indagine sulla rappresentazione delle Istituzioni Ambientali da parte dei giornalisti”	pag. 37
III. L’APAT e i giornalisti	pag. 39
IV. La comunicazione ambientale dell’APAT	pag. 40
Conclusioni	pag. 42
Bibliografia	pag. 45

## INTRODUZIONE

L'informazione riveste un ruolo sempre più importante nella nostra società. L'opinione pubblica è influenzata, nel bene e nel male, da ciò che della realtà ci rimandano i mezzi di comunicazione. Il sistema mediatico, tuttavia, non opera sempre nel migliore dei modi: esso pecca frequentemente di "sensazionalismo" e non di rado svolge il suo ruolo in maniera incompleta, producendo informazioni lacunose e condizionando in maniera erronea e ingiustificata l'utenza.

Nonostante la crescita esponenziale dell'informazione, non tutti i suoi settori presentano le medesime dimensioni di sviluppo.

Per quanto riguarda l'informazione ambientale, ad esempio, in Italia non esiste una divulgazione pari a quella francese o anglosassone, anche se dagli anni Settanta tali tematiche attirano l'attenzione generale in misura maggiore rispetto al passato. Questa tematizzazione è probabilmente dovuta al fatto che le posizioni in materia ambientale hanno rappresentato sempre più un elemento di differenziazione tra le forze politiche, nonché di scontro tra le forze sociali. Allora, fu la crisi petrolifera a stimolare interesse nei confronti delle questioni ambientali, oggi sono gli Ogm, l'allarme rifiuti, l'effetto serra ed altri argomenti ancora.

La centralità di tali temi ha portato e sta portando, a cascata, all'emanazione di norme dettagliate sul diritto all'informazione ambientale dei cittadini singoli o associati e sui doveri delle pubbliche amministrazioni di produrre informazioni ambientali, quali soggetti detentori delle conoscenze a livello territoriale. Tali norme hanno sostanziato un vero e proprio insieme di "diritti di cittadinanza ambientale" che, unitamente ad una aumentata sensibilità sociale per i temi della salute e dell'ambiente, hanno condotto all'emergere di una nuova maturità e consapevolezza da parte dei cittadini, tuttavia non del tutto soddisfacente.

Inevitabile, pertanto, chiedersi cosa sia l'informazione ambientale. Ce ne offre una definizione la Direttiva 2003/4/CE: essa concerne “lo stato dell'ambiente, i fattori, le misure o le attività che incidono o possono incidere sull'ambiente ovvero sono destinati a proteggerlo, le analisi costi-benefici e altre analisi economiche usate nell'ambito di tali misure o attività, nonché l'informazione sullo stato della salute e della sicurezza umana, compresa la contaminazione della catena alimentare, le condizioni della vita umana, i siti e gli edifici di interesse culturale, nella misura in cui essi siano o possano essere influenzati da uno qualsiasi di questi elementi”<sup>1</sup>. Presupposto per la costruzione di questo triangolo Istituzioni – media – cittadini è creare un'interattività permanente tra le parti.

Affinché ciò avvenga, è necessario che si instauri tra le parti una comunicazione efficiente, il cui scopo ultimo dovrebbe essere una maggiore qualità dell'informazione in possesso della popolazione.

Un esempio di come possono essere superate le problematiche che impediscono al sistema di operare nelle modalità ideali è offerto dall'iniziativa promossa dall'ARPA Umbria: la creazione di un portale Internet in grado di offrire ai navigatori i risultati ottenuti nel corso delle operazioni di studio e monitoraggio ambientale.

I destinatari del progetto sono soprattutto coloro che desiderano approfondire le tematiche ambientali di cui i *media* tradizionali, per ragioni di vario genere, si occupano a volte in maniera superficiale e sbrigativa. Ma non solo: il portale è a disposizione anche degli operatori del settore e delle Istituzioni. Il linguaggio è semplice o tecnico a seconda della tipologia di utente che si interfaccia col portale.

La stampa e le emittenti locali rappresentano per i cittadini una fonte di informazione insostituibile. Alla luce di questo, l'ARPA Umbria ha promosso

---

<sup>1</sup> 2003/4/CE: Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio del 28 gennaio 2003 sull'accesso del pubblico all'informazione ambientale e che abroga la direttiva 90/313/CEE del Consiglio

anche corsi di aggiornamento e formazione per comunicatori sulle tematiche ambientali, appartenenti sia ad uffici stampa che ad Amministrazione pubblica. Questa idea, elaborata di concerto all'Associazione stampa umbra, risponde all'esigenza di chi opera nella comunicazione argomentazioni più scientifiche riguardo agli argomenti che quotidianamente ci si trova ad affrontare.

## MEZZI E SISTEMI DI COMUNICAZIONE

“Più di una generazione fa, Marshall McLuhan ha predetto che la televisione ci avrebbe condotto verso un *villaggio globale*. Oggi, tramite i satelliti ed altre tecnologie che permettono alla televisione di oltrepassare le frontiere più facilmente, siamo più che mai vicini a quella visione. Il nostro pianeta è sempre più un'unica *società dell'informazione* e la televisione, il più potente mezzo di comunicazione, è una componente fondamentale di tale società”. Così scriveva il Segretario Generale delle Nazioni Unite, Kofi Annan, in occasione della Giornata Mondiale della Televisione, il 21 novembre 2003. Già da diverso tempo, tuttavia, l'informazione non è più ad esclusivo appannaggio di carta stampata, televisione e radio: da quando Internet è negli uffici e nelle case di milioni di persone nel mondo, sono possibili nuovi modi di informare ed essere informati.

Il linguaggio della Rete ha le sue peculiarità e può essere utile paragonarla ad altri modi di comunicare. Con la premessa, forse necessaria, che il confronto non sarebbe tra “mezzi”, bensì tra sistemi. Internet, infatti, non può essere considerato un “nuovo mezzo”, ma un ambiente in cui possono svilupparsi molti *media* diversi.

Il fatto che Internet presupponga la presenza di un monitor, potrebbe far pensare che la Rete somigli molto più alla televisione che, ad esempio, alla



carta stampata. Non è così. Se si esclude il peso rivestito dalla struttura ipertestuale della Rete, si potrebbe con più facilità accostare Internet alla stampa.

Questa tabella schematizza le caratteristiche di tre modi di comunicare, ovvero rete, stampa e televisione:

<b>TELEVISIONE</b>	<b>STAMPA</b>	<b>RETE</b>
Immagine, suono, movimento	Testo e immagini	Testo e immagini (possibile suono e movimento)
Tempo obbligato (tempo di visione – ascolto determinato dall'emittente)	Tempo soggettivo (tempo di lettura deciso da chi legge)	Tempo soggettivo (tempo di lettura deciso da chi legge)
Ricezione passiva	Lettura attiva	Lettura e ricerca attiva
Scarsa possibilità di approfondimento	Buona possibilità di approfondimento	Possibilità di approfondimento estesa
Tempo limitato	Tempo illimitato	Tempo illimitato
Basta un momento di distrazione e il messaggio, che non sarà ripetuto, è perduto	Possibilità di ritornare (fino a quando si conserva un libro, un giornale o una rivista ecc)	Possibilità di ritornare senza limiti di tempo (finché un testo rimane in Rete si può sempre ritrovarlo, anche se non è stato conservato su carta, memoria del computer o supporto elettronico)
Visione spesso collettiva	Lettura individuale	Lettura individuale
Difficilmente conservabile	Facilmente conservabile	Facilmente conservabile

Fonte: "L'Umanità dell'Internet. Le vie della Rete sono infinite" di Giancarlo Livraghi, ed. Hops, 2001

## L'INFORMAZIONE AMBIENTALE ATTRAVERSO INTERNET, CARTA STAMPATA E AGENZIE STAMPA

Il mondo dell'informazione è complesso e articolato, affascinante ma al contempo problematico e contraddittorio.

L'esperienza dell'ARPA Umbria è un esempio di come l'informazione (in questo caso ambientale) possa migliorare e fare da *link* tra cittadini e Istituzioni. In questo modo si tenta di evitare che argomenti come inquinamento delle acque o danni da scorie radioattive siano oggetto del contendere tra cittadini e Pubblica amministrazione, senza che, peraltro, siano ben conosciuti dati scientifici e di monitoraggio.

Affinché i limiti del sistema mediatico possano opportunamente essere superati, è altresì necessario uno studio attento, che tenga debitamente in conto della realtà territoriale e dello “stato di salute” della comunicazione ambientale regionale.

Questa tesina si propone, appunto, di operare una **ricerca che abbia come oggetto proprio l'informazione ambientale**.

Il reperimento dei dati ha richiesto una verifica quotidiana per un periodo di 5 settimane; l'attenzione è stata rivolta ai siti internet tematici (pertanto specializzati in ambiente) e siti di informazione generale. All'interno di questa categoria sono presenti sia siti appartenenti ad Amministrazioni locali che ad Organismi internazionali, nonché siti gestiti da privati o legati a testate giornalistiche di carta stampata; l'analisi è stata ampliata anche ad alcune agenzia stampa.

Il fine è chiaro: **verificare il modo in cui la Rete e la tradizionale carta stampata affrontano le tematiche ambientali, con un occhio rivolto anche alla frequenza con cui questi si occupano delle attività di APAT e ARPA locali**.

## METODOLOGIA

Questa tesina si propone di verificare il modo in cui la Rete e la tradizionale carta stampata affrontano le tematiche ambientali, con un occhio rivolto anche alla frequenza con cui questi si occupano delle attività di APAT e ARPA locali.

Il reperimento dei dati ha richiesto una verifica quotidiana per un periodo di 5 settimane; l'attenzione è stata rivolta ai siti internet tematici (pertanto specializzati in ambiente) e siti di informazione generale. All'interno di questa categoria sono presenti sia siti appartenenti ad Amministrazioni locali che ad Organismi internazionali, nonché siti gestiti da privati o legati a testate giornalistiche di carta stampata. L'analisi è stata ampliata anche a quest'ultima categoria e ad alcune agenzie stampa.

### SITI INTERNET TEMATICI

- [www.e-gazette.it](http://www.e-gazette.it)
- [www.ambiente.it](http://www.ambiente.it)
- [www.reteambiente.it](http://www.reteambiente.it)
- [www.minambiente.it](http://www.minambiente.it)
- [www.legambienteonline.it](http://www.legambienteonline.it)
- [www.sinanet.apat.it](http://www.sinanet.apat.it)
- [www.ilvelino.it](http://www.ilvelino.it)

### SITI INTERNET DI INFORMAZIONE GENERALE

- [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)
- [www.repubblica.it](http://www.repubblica.it)
- [www.corriere.it](http://www.corriere.it)

## CARTA STAMPATA

- Corriere della Sera
- La Repubblica
- Il Messaggero
- La Gazzetta del Mezzogiorno
- L'Unità
- L'Espresso

## AGENZIE STAMPA

- [www.omniroma.it](http://www.omniroma.it)
- [www.agi.it](http://www.agi.it)
- [www.asca.it](http://www.asca.it)
- [www.adnkronos.it](http://www.adnkronos.it)
- 

Con il seguente grafico si è inteso porre l'accento sulla visibilità rivestita dall'APAT e dalle varie ARPA sia in Rete che sulla carta stampata nazionale. Ogni giorno è stato effettuato un controllo degli articoli che menzionassero le attività svolte dal sistema agenziale.

La seconda parte del grafico, per ovvie ragioni, è stata utilizzata solo con i siti di informazione generale e con la carta stampata, non avendo senso un monitoraggio della frequenza di informazioni a carattere ambientale in siti dedicati esclusivamente a questo tema.

<b>VISIBILITÀ APAT/ARPA</b>					
lunedì	martedì	mercoledì	giovedì	venerdì	sabato
<b>FREQUENZA INFORMAZIONI AMBIENTALI</b>					
lunedì	martedì	mercoledì	giovedì	venerdì	sabato

Nel secondo grafico qui di seguito riportato sono stati inseriti alcuni degli argomenti più frequentemente affrontati dai *media* analizzati.. Ogni settimana, tuttavia, il grafico è stato arricchito di nuove voci, con l'intento di mettere in evidenza la sensibilità di ogni sito o quotidiano/settimanale, sia *on line* che in versione cartacea, nei confronti di una tematica piuttosto che di un'altra.

<b>TIPOLOGIA DI INFORMAZIONI AMBIENTALI</b>	
NORMATIVA	
ARCHIVIO	
RIFIUTI	
OGM	
INQUINAMENTO INDUSTRIALE	
INQUINAMENTO ELETTROMAGNETICO	
EVENTI	

Pur sapendo che i *media* considerati presentano caratteristiche molto diverse tra loro, alla fine di ogni settimana di monitoraggio si è provveduto a stilare una tabella riassuntiva che mettesse in luce gli aspetti più importanti dell'analisi fatta..

Nel corso di questa indagine si è cercato di essere il più possibile precisi, in modo da presentare risultati attendibili e non intuitivi. La presunzione è quella di proporre dati non dissimili da quelli, ben più scientifici, delle ricerche condotte dalle agenzie di statistica, da cui questa tesina trae spunti e informazioni utilissime.

## CAPITOLO I

### L'INFORMAZIONE AMBIENTALE *ON LINE*

#### Introduzione

I dati sul numero di utenti di internet, in tutto il mondo, sono imprecisi, poco attendibili e quasi sempre esagerati.

In tutte le ricerche “demoscopiche” ci sono problemi di interpretazione e di significatività dei dati, che non derivano solo dalla validità statistica del “campione”, ma anche dal modo in cui è condotta la ricerca.

Secondo quanto rilevato dall'Eurisko nel marzo 2004, il numero totale di persone che accedono alla Rete in Italia sarebbe salito a 13.6 milioni, che si riducono a 12.5 se si escludono gli accessi in situazioni esterne, come corsi di formazione o biblioteche; sono circa 4 milioni le persone che dicono di usare Internet tutti i giorni.

Rilevante è l'analisi per categorie demografiche. Da tre o quattro anni la situazione è sostanzialmente cambiata: Internet in Italia non è ancora “per tutti”, ma non è più “per pochi” e c'è quindi la tendenza solida e durevole a un uso sempre più diffuso della Rete.

Il numero totale di “utenti” dal lavoro, da casa o da scuola nel febbraio 2004 è aumentato del 6% rispetto al febbraio 2003. Se questo andamento trovasse conferma nei prossimi mesi, si potrebbe affermare che l'evoluzione è oggi più veloce rispetto al periodo 2000-2003 (vedi Tabella n.1).

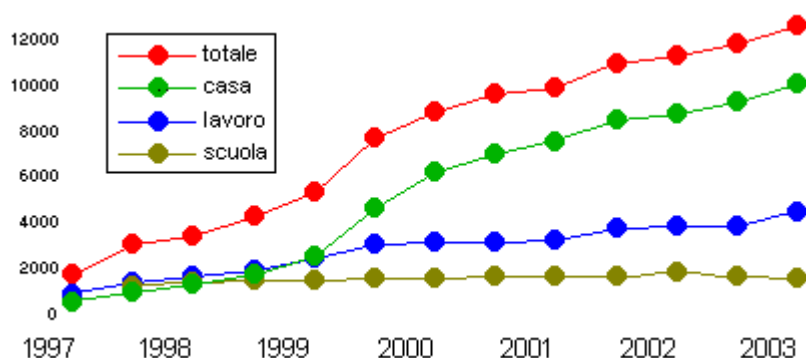
Secondo uno studio condotto nel 2002 dal Censis, il 63% delle persone che possiedono un computer a casa dispone di un collegamento alla Rete, ma solo il 36% lo usa; le analisi di Eurisko confermano questi dati.

È in crescita, inoltre, il numero di collegamenti dal posto di lavoro (+15%).

Tabella n.1

**“Utenti” internet in Italia 1997-2003**

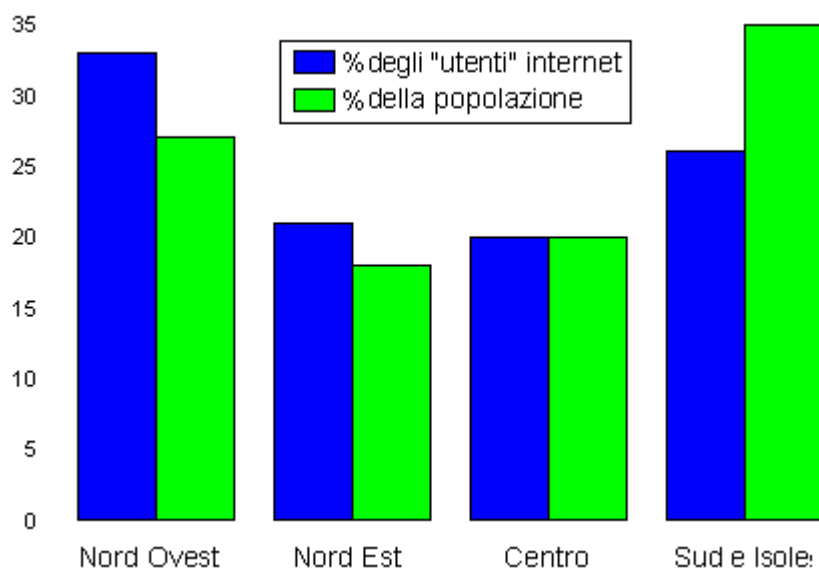
Numeri in migliaia



Fonte: Eurisko, 2004

Questa la situazione, invece, per grandi aree geografiche (vedi Tabella n.2). Si tratta di un quadro che da due o tre anni segue linee coerenti, anche se non del tutto stabilizzate. Si sta consolidando una situazione di equilibrio nelle regioni settentrionali e centrali e continua un graduale miglioramento nell'Italia meridionale e insulare.

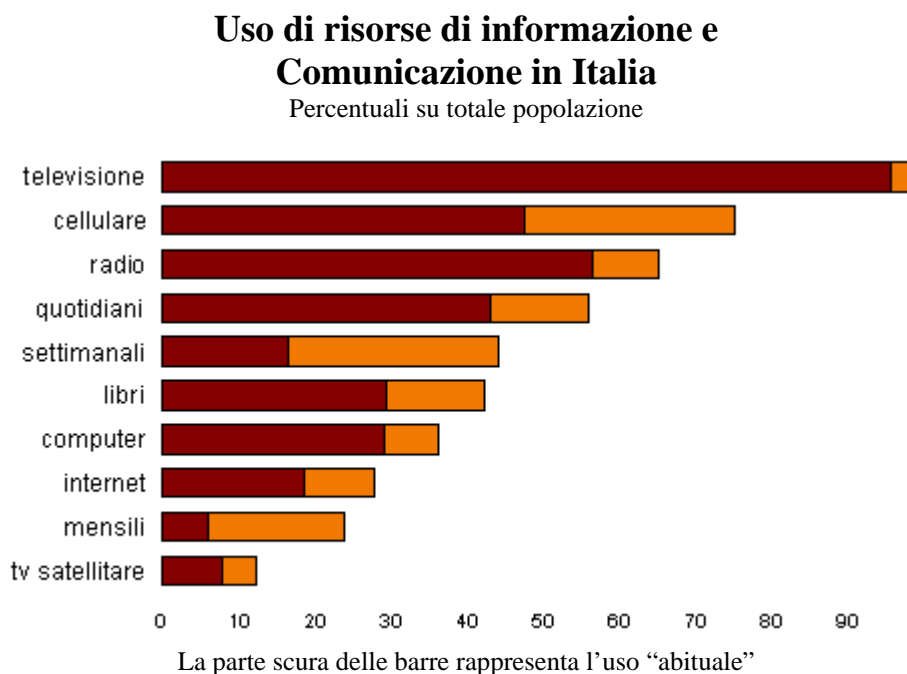
Tabella n.2

***Utenti internet per grandi aree geografiche***

Fonte: Eurisko, 2004

Il prossimo grafico, basato sul rapporto pubblicato dal Censis nel marzo 2003 (dati del 2002), riguarda la diffusione dei sistemi e delle risorse di informazione e di comunicazione in Italia (vedi Tabella n. 3).

**Tabella n. 3**



Fonte: Censis, 2003

Questo studio conferma che l'uso di Internet ha una diffusione ancora modesta, ma non marginale, nel patrimonio di informazione e comunicazione degli italiani; conferma inoltre che l'uso della Rete non è sostitutivo, ma convive con l'utilizzo di altri strumenti. Le persone attive *on line* sono quelle che leggono di più e usano più spesso altre risorse. C'è una forte divisione fra i "meno abbienti" di informazione e comunicazione (la cui risorsa dominante, se non unica, è la televisione) e chi ha un ambito culturale "più ricco" con una gamma estesa di strumenti.

Il *web* è paragonabile ad una città dalle proporzioni incalcolabili, per le cui strade viaggiano incessantemente miliardi di informazioni. Scegliere il percorso migliore per giungere a destinazione non è sempre facile: indispensabile è la complicità di un valido motore di ricerca, nonché di un



buon metodo che permetta di arrivare alle informazioni nel minor tempo possibile, nelle modalità ottimali.

Il panorama di siti che, in lingua italiana e non, si occupano di ambiente è vastissimo. Molto spesso si tratta di “vetrine” istituzionali, in alcuni casi di siti predisposti da privati e intesi a monitorare le problematiche ambientali da diversi punti di vista; non mancano, infine, le proposte di enti ed associazioni le cui attività ruotano intorno al tema della difesa degli ambienti naturali. È oramai chiaro che la visibilità su Internet è un’importante occasione per pubblicizzare le proprie attività, mettere a disposizione dell’utenza delle informazioni specifiche, sensibilizzare su tematiche di interesse collettivo.

Nella impostazione di questo studio si è provveduto all’identificazione dei siti Internet di informazione: nell’ambito di questa macroarea sono state individuate tre categorie: siti di informazione generale (Comunità europea, La Repubblica e Corriere della Sera), siti tematici (E-gazette, Ambiente, Reteambiente, Ministero dell’Ambiente, Legambiente, Sinanet, Il Velino) e siti appartenenti ad agenzie stampa (Omniroma, Agi, Asca, AdnKronos). Ad essi, come precedentemente affermato, si sono aggiunte le informazioni riportate sulla carta stampata, trasformatesi anch’esse in dati importanti per lo studio in questione.

## I. WWW.E-GAZETTE.IT

Il sito **www.e-gazette.it** viene aggiornato una volta alla settimana, il martedì. La schermata principale permette di prendere visione delle notizie più importanti, la cui lettura nei particolari è possibile “cliccando” su delle freccette laterali. Le informazioni presenti sono distribuite all’interno di varie categorie generali, tra le quali figura “Ecologia”.

La veste grafica di “e-gazette” è molto semplice: pochi i colori utilizzati (sfondo bianco, verde scuro e azzurro per titoli e tabelle), probabilmente allo scopo di attirare l’attenzione sui contenuti. Ben sviluppate, infatti, sono le sezioni che compongono il sito: le notizie sono approfondite, il linguaggio chiaro e comprensibile.

Tra le tipologie di informazioni presenti su “e-gazette” figurano soprattutto quelle a carattere legislativo, seguite da approfondimenti sulla spinosa questione dei rifiuti; un occhio particolare agli eventi, intesi come manifestazioni e iniziative di vario genere la cui tematica – principe è l’”ambiente”. Tra gli argomenti trattati con frequenza, ma non inseriti nella griglia utilizzata nell’attività di monitoraggio, figurano “il petrolio”, “l’energia pulita”, “la cosmetologia ecologica”, i problemi legati al “clima”.

Questa indagine, come più volte detto, si propone anche di analizzare quanto le attività svolte dall’APAT e dalle agenzie regionali sono oggetto di attenzione da parte dei mezzi di comunicazione in esame. Per quanto riguarda [www.e-gazette.it](http://www.e-gazette.it), si può affermare che tale visibilità è discreta: il sistema APAT/ARPA è risultato presente quattro settimane su cinque di monitoraggio del sito.

## II. WWW.AMBIENTE.IT

Dai dati presenti sul sito **[www.ambiente.it](http://www.ambiente.it)**, risulta chiaro che l’aggiornamento sia effettuato ogni dieci giorni, al massimo due settimane. La *home page* si presenta agli occhi del navigatore piuttosto colorata: tuttavia, le scelte cromatiche non affaticano la lettura e vivacizzano le schermate.

Questo sito, che si occupa inequivocabilmente di ambiente, natura ed ecosostenibilità, è composto di diverse rubriche: in cima alla pagina iniziale figura un motore di ricerca destinato a chi è alla ricerca di specifiche aziende

che operano nel settore ambientale. Una seconda rubrica (“Impresa e ambiente”) è dedicata a rassegna stampa, notizie e normative che riguardano le attività imprenditoriali. Molto spazio è dedicato nel sito agli eventi (manifestazioni, seminari, incontri al vertice).

La rassegna stampa, che come detto è presente in una specifica rubrica del sito, non è curata dal gestore del sito stesso, ma è consultabile laddove il navigatore segue il percorso dei *link* a vari quotidiani e agenzie stampa.

Per quanto riguarda l’aspetto relativo alla visibilità di APAT/ARPA all’interno del sito, non si può non affermare che raramente il sito [www.ambiente.it](http://www.ambiente.it) si è occupato del sistema agenziale e delle sue attività: in cinque settimane di monitoraggio, il riferimento all’Agenzia c’è stato solo due volte.

### III. WWW.RETEAMBIENTE.IT

Il sito Internet **[www.reteambiente.it](http://www.reteambiente.it)** è dal punto di vista dei contenuti “ottimo”. La *home page* è divisa in due macroaree: area normativa e area sostenibilità. La prima contempla quindici voci più una sedicesima relativa ad altri temi che, per natura di argomento, non sono riconducibili per associazione di idee ai precedenti: questa parte del sito si occupa, quindi, di “acque”, “aria”, “elettrosmog”, “imballaggi”, “istituzioni” ecc.

La seconda macroarea, invece, consta di venticinque voci, tra cui “agricoltura”, “alimentazione”, “ambiente costruito”, ecc.

Tutti questi argomenti sono trattati con un linguaggio chiaro ed in modo approfondito.

Il sito fornisce anche “servizi *on line*”, pubblicazioni, notizie in primo piano, un motore di ricerca (tuttavia organizzato in maniera eccessivamente

macchinosa) e una newsletter gratuita aggiornata puntualmente e disponibile, previa iscrizione, tramite *e-mail*.

Il sito [www.reteambiente.it](http://www.reteambiente.it) si occupa, pertanto, di tutti gli argomenti indicati nella griglia di rilevazione e di molti altri ancora. Ciononostante poca attenzione dedica al sistema agenziale, che compare solo tre volte nell'arco di tempo del monitoraggio effettuato in questa indagine.

#### IV. MINAMBIENTE.IT

Nonostante si tratti di un sito istituzionale, **[www.minambiente.it](http://www.minambiente.it)** è piuttosto deludente. Dalla vetrina Internet del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio ci si aspetterebbe, infatti, un'ampia varietà di argomenti e approfondimenti aggiornati in tempo reale. Non è così.

La grafica è molto piacevole, ma è forse uno dei pochi punti di forza di questo sito che appare superficiale e raramente aggiornato, rassegna stampa a parte.

Gli argomenti "sfiorati" su "minambiente.it" sono inerenti la legislazione, l'inquinamento industriale e gli eventi, mentre alla già nota lista si aggiunge solo il tema delle "acque".

Nonostante l'APAT sia soggetta alla supervisione del Ministero (pur essendo tecnicamente, finanziariamente e scientificamente autonoma), non vi è menzione dell'Agenzia e delle sue attività.

Il giudizio complessivo è evidentemente negativo.

#### V. WWW.LEGAMBIENTEONLINE.IT

L'associazione **Legambiente** opera da anni sul territorio nazionale per sensibilizzare l'opinione pubblica sulle problematiche di carattere ambientale.

La sua attività, inoltre, si concretizza in manifestazioni spesso di grande successo (pulizie delle spiagge, esposizione di drappi bianchi per mettere in evidenza i danni dell'esposizione ai gas delle automobili ecc.). Nonostante l'impegno profuso, stupisce che il sito di Legambiente sia piuttosto povero di contenuti. Partiamo con ordine: dal punto di vista grafico, il sito appare piuttosto trascurato. Per quanto riguarda i contenuti, si può affermare che gli argomenti trattati sono presentati in maniera confusa, senza alcun inserimento in specifiche rubriche.

Gli argomenti maggiormente affrontati sono, oltre ai "rifiuti", "l'inquinamento elettromagnetico" e gli "eventi", anche e soprattutto quelli legati alla politica nazionale e internazionale, nonché alle manifestazioni pacifiste.

Scarsa, se non addirittura inesistente, la presenza nel sito di APAT e ARPA.

L'aggiornamento, infine, non è molto frequente e la sensazione che ne ha il navigatore è che si tratti addirittura di un sito "abbandonato". Poco, infatti, traspare dell'intensa attività degli iscritti di Legambiente, ed è un peccato.

## VI. WWW.SINANET.APAT.IT

Com'è noto, il Dipartimento di Stato dell'Ambiente e Metrologia ambientale dell'APAT amministra il SINAnet (Sistema Informativo Nazionale Ambientale) in termini di implementazione del database e gestione degli applicativi e del sistema hardware e software. Nel sito **www.sinanet.apat.it** sono trattati molti dei temi oggetto degli studi del SINAnet.

L'APAT è organizzata in Dipartimenti e Servizi interdipartimentali dalle molteplici e svariate attività: il SINAnet riflette tale multiforme azione e così anche il sito. Le tematiche ambientali trattate sono quindi numerose: la griglia predisposta per il monitoraggio, infatti, è nell'analisi di "sinanet.apat.it" soddisfatta in ogni sua voce. Dal sito, inoltre, è possibile

scaricare software, visionare pubblicazioni dell'Agenzia, consultare i dati delle più recenti operazioni di rilevamento in campo ambientale.

Il legame con l'APAT è dimostrato, inoltre, dalla specifica rubrica "Servizi APAT", in cui è possibile collegarsi al sito ufficiale dell'Agenzia e conoscere i particolari delle sue attività.

Il giudizio su [www.sinanet.apat.it](http://www.sinanet.apat.it) è decisamente positivo.

## VII. WWW.ILVELINO.IT

Il sito **[www.ilvelino.it](http://www.ilvelino.it)** è consultabile previa iscrizione, grazie alla quale è fornito all'utente una *password*, da inserire insieme ad un *nick name*.

Dal punto di vista grafico il sito è piuttosto semplice: le sezioni sono divise in modo chiaro, i colori sono delicati e non aggressivi, fatta eccezione per due sfumature del blu ad indicare intestazione e menu principale. Da quest'ultimo è possibile accedere agli approfondimenti: "Politica", "Interni", "Cronaca", "Esteri", "Economia", "Cultura", "Spettacoli", "Sanità", "Ambiente".

Il Velino, che pure ha molte caratteristiche tipiche del sito di un'agenzia stampa, è stato in questa indagine inserito nella categoria "Siti di informazione tematica", avendo al suo interno un'ampia divulgazione di informazioni a carattere ambientale: esiste, infatti, anche una *newsletter* dedicata all'ambiente. Il sito in questione si occupa anche, in maniera critica e pungente, di "Interviste", "Giustizia giusta", "Documenti", "Camera e Senato".

Il sito [www.ilvelino.it](http://www.ilvelino.it), aggiornato il sabato, si occupa spesso di APAT e ARPA, citando il sistema agenziale prevalentemente per fatti legati alla cronaca e alle emergenze ambientali.

## VIII. WWW.OMNIROMA.IT

Anche il sito **www.omniroma.it**, come gran parte delle vetrine delle agenzie stampa, fornisce dati in tempo reale previa iscrizione.

La grafica di “omniroma” è piuttosto confusa: da una schermata di ingresso, in cui digitare *nick name* e *password*, si passa alle notizie emesse a breve distanza le une dalle altre, ma disposte in maniera non ottimale per la consultazione. Questo sito si occupa soprattutto degli eventi che gravitano intorno alla Capitale, riportando notizie di politica, economia, cronaca, ecc.

Le notizie sono anche consultabili utilizzando una sorta di piccolo motore di ricerca, grazie al quale è possibile individuare l’argomento di interesse e, pertanto, visionare tutte le informazioni circoscritte a tale ambito. Esiste anche una macrocategoria “Ambiente”. L’idea è buona, ma va rilevato che al momento della ricerca non si ottengono i risultati sperati, sia per la lentezza del sistema sia per la quantità di informazioni proposte, leggermente al di sotto di quanto ci si aspetterebbe.

Va, infine, messo in evidenza che il sito **www.omniroma.it** si occupa sovente di APAT e ARPA locali, legando le attività del sistema agenziale ad eventi e manifestazioni, nonché a casi di cronaca.

## IX. WWW.EUROPA.EU.INT

Il sito **www.europa.eu.int** è il sito ufficiale della Comunità europea. Esiste anche una versione italiana del sito, in cui si trovano però molti documenti in inglese e francese, lingue ufficiali dell’Unione.

Gli argomenti trattati nel sito sono numerosi: dall’attualità alle ultime disposizioni legislative varate dalla Commissione, passando per eventi e politiche comunitarie. All’interno del sito, è presente anche una sezione

dedicata all'ambiente, prevalentemente dedicata agli aspetti legislativi e politici dell'attività comunitaria.

Questo sito dedica molta attenzione alle problematiche legate all'inquinamento industriale, alle acque, all'inquinamento elettromagnetico e alle variazioni climatiche dell'area europea e mondiale.

Pur non menzionando spesso l'APAT, il sito della Comunità europea fornisce all'utente vari documenti riguardanti le funzioni dell'Agenzia, fornendo tuttavia sempre una chiave di lettura specificatamente legislativa.

## X. WWW.AGI.IT

L'Agenzia Giornalistica Italia, come molte altre agenzie stampa, ha un proprio sito Internet, ovvero **www.agi.it**. Queste pagine web presentano una grafica volutamente lineare e semplice: il colore predominante è il blu elettrico, che appare in forte contrasto col bianco dello sfondo. L'idea che il navigatore percepisce è che l'informazione veicolata dall'agenzia sia concreta; il sito trasmette un'idea di forza. Le scelte cromatiche all'interno di una pagina Internet, infatti, sono fondamentali: le tinte utilizzate, indipendentemente dal gusto personale, devono trasmettere un messaggio preciso. In questo caso trasmettono forza e decisione.

Come ogni agenzia stampa che si rispetti, AGI suddivide le informazioni in riferimento a sei categorie principali: "Cronaca", "Politica", "Economia", "Esteri", "Spettacolo", "Sport". Nonostante manchi una sezione dedicata all'ambiente, quasi ogni giorno l'Agenzia Giornalistica Italia fornisce all'utente informazioni ad esso legate, occupandosi principalmente di rifiuti, zootecnia, discariche abusive, inquinamento, eventi.

Meno efficiente il sito appare per quanto riguarda il sistema agenziale, che scarso spazio trova all'interno delle pagine Internet visionate.



## XI. WWW.ASCA.IT

Il sito **www.asca.it** è la vetrina Internet di un'altra nota agenzia stampa nazionale, l'ASCA appunto. Tuttavia, l'impostazione rispetto alle precedenti agenzie analizzate è molto diversa. Ciò che appare agli occhi del navigatore è prima di tutto il mix di colori effettuato: su uno sfondo bianco, si stagliano titoli e sottotitoli nei decisi blu e rosso. L'idea che ci si fa del sito, al primo impatto, è che sia dinamico, giovane, eppure corposo.

Ma ciò che fondamentale differenzia [www.asca.it](http://www.asca.it) dagli altri siti è la suddivisione effettuata degli argomenti: a sorpresa le news in tempo reale sono messe in secondo piano, mentre sono disposte in modo più evidente le categorie "Auto e Società", "Turismo", "Ambiente", "Trasporto aereo", "Ferrovie". Una sezione del sito ("Focus") è inoltre dedicata alle PMI e alle attività del Governo, mentre un'altra consistente parte della *home page* è dedicata all'archivio, grazie al quale è possibile visionare notizie risalenti a diversi mesi prima la consultazione in atto.

Nota dolente: la scarsa visibilità che anche qui riveste l'APAT.

## XII. WWW.ADNKRONOS.IT

L'ultima agenzia stampa in esame è l'ADNkronos, sicuramente tra le più rinomate nel panorama nazionale dell'informazione.

Il sito di ADNkronos è piuttosto essenziale: poche le immagini, molte le rubriche. Oltre ad una sezione dedicata alle notizie da tutte le Regioni italiane, spicca anche una parte relativa all'Ambiente.

Un motore di ricerca rende più agevole il reperimento di specifiche informazioni e per gli abbonati c'è la possibilità di approfondire le notizie che in tempo reale vengono presentate sul sito.

Il colore predominante è il verde scuro, accompagnato dal grigio e dal rosso. La scelta del verde risulta vincente: esso è capace di conferire carattere deciso alle informazioni contenute nella schermata. Si avverte la voglia di attirare l'internauta con i contenuti piuttosto che con l'ostentazione di troppi colori e, ancor peggio, animazioni.

L'Agenzia dedica un discreto spazio alle notizie riguardanti le attività agenziali.

### XIII. WWW.REPUBBLICA.IT

Il sito [www.repubblica.it](http://www.repubblica.it) è ben scritto e strutturato, come la gemella edizione cartacea, ma con il vantaggio di essere aggiornata in tempo reale. Le informazioni in esso contenute sono tante e spaziano dalla politica nazionale alle notizie dal mondo, con un occhio attento anche alle curiosità e al gossip. Non esiste tuttavia una sezione dedicata all'ambiente, che ricordiamo essere l'argomento principe di questa tesina. Il sito vanta, inoltre, una sezione curata da illustri firme del giornalismo e della cultura nazionali, quali Marco Travaglio, Gabriele Romagnoli, Stefano Bartezzaghi ecc.

Altre pagine sono invece dedicate ai libri, al cinema, alle Università, ai sondaggi; una colonna è inoltre occupata dai *link* alle testate giornalistiche legate al gruppo editoriale di Repubblica (L'Espresso, National Geographic) e a Radio Capital.

Domina l'azzurro, poco deciso nonostante sia proposto in una tonalità molto accesa e vivace.

Come già accennato, il sito in questione non si occupa con particolare attenzione dell'ambiente e, dal monitoraggio effettuato nel corso dello stage, si evidenzia una scarsissima attenzione per l'APAT e per le attività da essa svolte per la tutela dell'ambiente.

#### XIV. WWW.CORRIERE.IT

Decisamente meglio strutturato rispetto a gran parte dei siti di informazione analizzati, quello del Corriere delle Sera è presentato in una veste grafica fresca e accattivante. Le notizie sono proposte all'interno delle rispettive categorie di appartenenza: esistono infatti le sezioni "politica", "cronache", "esteri", "economia", "spettacoli", "sport" e "scienze", ma non esiste una porzione del sito contenente informazioni relative all'ambiente e alle sue problematiche, affrontate saltuariamente. Molte, invece, le notizie di carattere commerciale e le pagine occupate dai lavori di giornalisti e uomini di cultura, come Gianni Riotta, Giovanni Veronesi, Mario Luzzatto Fegiz ecc.

L'APAT, in mezzo a cotante informazioni, non sembra essere presente con frequenza e rimane relegata ad occasionale protagonista delle notizie a carattere ambientale.

#### Conclusioni

Risulta piuttosto evidente che, nell'ambito dei siti internet analizzati, predomina uno scarso interesse per le attività che il sistema agenziale svolge sul territorio nazionale. Dei 14 siti internet visionati, ben 8 rivelano tale disattenzione, che pone importanti interrogativi in merito alla sensibilità della società nei confronti delle tematiche ambientali e alla qualità e completezza delle informazioni che dalla Rete quotidianamente attingiamo.

È l'informazione ambientale in generale a risultare, del resto, fortemente penalizzata e non solo l'APAT e le ARPA locali, che pure un ruolo importante rivestono nella tutela del patrimonio ambientale.

## CAPITOLO II

### L'INFORMAZIONE AMBIENTALE SU CARTA STAMPATA

#### Introduzione

La carta stampata è il mezzo di comunicazione meno immediato, ma anche il più duraturo. Una pubblicazione, un quotidiano o un periodico, per il fatto stesso di essere stampato consente al lettore la disponibilità di una documentazione permanente.

I quotidiani si rivolgono ad alcune fasce sociali, con prevalenza dei livelli culturali medio-alti e delle classi socio-economiche media e superiore; delle professioni libere, impiegatizie e intellettuali; dell'età dai 15 ai 55 anni; dei residenti nei centri superiori a 30 mila abitanti.<sup>1</sup>

In Italia vi sono circa una novantina di quotidiani di informazione, per un totale di sei milioni di copie vendute; si tratta, senza dubbio, dei giornali più acquistati. La loro importanza è fondamentale se si prendono in considerazione casi di emergenza e di crisi, anche in campo ambientale. Lo stesso non può dirsi per i periodici, il cui ruolo è normalmente limitato a commenti ed approfondimenti a posteriori. Le testate periodiche che nel Paese fanno più opinione sono L'Espresso e Panorama, se si escludono i periodici detti "femminili" e quelli di riflessione politica ed economica. I periodici di informazione locale hanno una rilevante influenza sulla comunità: in Italia se ne contano un centinaio e la loro diffusione maggiore è stata registrata in Lombardia e Piemonte.

Per quanto riguarda questo studio, si è scelto di monitorare 5 quotidiani (Corriere della Sera, La Repubblica, Il Messaggero, La Gazzetta del Mezzogiorno e L'Unità) e un periodico (L'Espresso).

---

<sup>1</sup> "Organizzazione preventiva in funzione di comunicazione in stato di crisi", 2004, DPC Informa, pag. 36.

Ecco riportato di seguito quanto rilevato:

## I. CORRIERE DELLA SERA

Il **Corriere della Sera** è uno dei quotidiani nazionali più letti in Italia. La testata può fregiarsi di alcune delle firme più autorevoli del panorama giornalistico ed intellettuale del Paese.

Al suo interno, il Corriere della Sera dedica ampio spazio alla politica interna come a quella internazionale, alla cronaca nera, all'attualità. Ciononostante, non esiste una sezione dedicata all'ambiente e alle sue problematiche, che assumono rilievo solo in caso di calamità ed emergenze di carattere ambientale.

Il prestigioso quotidiano, nel corso del periodo di monitoraggio, ha soprattutto riferito delle complesse vicende connesse allo smaltimento dei rifiuti. Il 2004, infatti, ha visto l'acuirsi di queste problematiche soprattutto in Campania, dove la popolazione si è scontrata violentemente con le Amministrazioni locali in merito alla gestione delle discariche.

Altra tematica affrontata dal quotidiano milanese è quella dello smog, sempre alla ribalta, soprattutto quando le temperature si alzano e con loro anche i livelli tollerabili di PM10 in atmosfera. Qualche articolo ha avuto come oggetto anche l'emergenza alluvioni e l'altrettanto pericolosa siccità di alcune aree del Paese; uno sguardo, infine, al tema delle energie rinnovabili, alla loro diffusione e utilizzo da parte delle Amministrazioni pubbliche e delle aziende private.

Nel complesso, però, può definirsi scarsa la propensione del Corriere della Sera a riportare informazioni di carattere ambientali e altrettanto insufficiente e ovvia l'attenzione per l'APAT e le ARPA locali impegnate in tale contesto.

## II. LA REPUBBLICA

Anche **La Repubblica**, come il quotidiano sopra esaminato, vanta firme prestigiose e un ampio bacino di utenza. Tuttavia, anche in questo caso non si può affermare che ci sia una particolare sensibilità nei confronti dell'ambiente e delle molteplici sfaccettature che lo riguardano.

Si è valutato che La Repubblica dedichi soprattutto spazio alla mobilità e all'inquinamento in ambiente urbano, riferendo degli esiti delle cosiddette "domeniche ecologiche" e di alcune campagne di sensibilizzazione, finalizzate a mettere in rilievo la necessità di privilegiare il trasporto pubblico rispetto a quello privato.

Nel corso delle 5 settimane di monitoraggio, si è riscontrata anche una certa attenzione nei confronti delle problematiche energetiche, dell'impiego delle fonti rinnovabili, delle conseguenze che una scorretta politica dei consumi ha sull'ambiente.

Anche per La Repubblica, come per l'antagonista quotidiano di Via Solferino, il giudizio è negativo: poco lo spazio dedicato alle informazioni ambientali e alle attività agenziali, nonostante queste abbraccino molteplici campi e settori.

## III. L'UNITÀ

Ogni testata giornalistica, com'è noto, segue una linea editoriale, condizionata anche da determinate realtà politiche nazionali. **L'Unità** è una testata storica del giornalismo italiano, nonché la voce della sinistra moderata nazionale.

Sebbene sulle pagine de L'Unità non ci sia una significativa varietà di informazioni ambientali, si può affermare che esse compaiono con discreta frequenza. Si tratta di un segnale dell'attenzione e della sensibilità nei confronti dei delicati equilibri ambientali e della sempre più preoccupante

precarietà degli stessi. Come gran parte delle testate nazionali, anche quello in esame dedica ampio spazio all'emergenza rifiuti in Campania, al complicato delinearsi di soluzioni ecosostenibili, alla sofferenza di coloro che giornalmente si trovano a dover affrontare l'incremento di rifiuti in prossimità delle abitazioni, gli odori violenti, l'inquinamento.

Infine, spazio anche alla qualità dell'aria in ambiente urbano, alle iniziative locali per affrontare il preoccupante e frequente superamento dei limiti di inquinanti consentito, le manifestazioni cittadine.

Da quanto detto, risulta evidente il giudizio positivo nei confronti de L'Unità, in quanto frequentemente impegnato nella divulgazione dell'informazione ambientale e della presenza attiva del sistema agenziale sul territorio nazionale.

#### IV. LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO

**La Gazzetta del Mezzogiorno**, in questa sezione dedicata alla carta stampata, è senza ombra di dubbio il miglior esempio di testata giornalistica attenta all'ambiente, sia che si tratti di mettere in rilievo disservizi e problematiche, sia in casi di emergenza e calamità naturali.

Molteplici gli argomenti affrontati: *in primis*, La Gazzetta si occupa di inquinamento atmosferico ed elettromagnetico. La realtà urbana, infatti, è afflitta da tante problematiche che, sommate, rendono le nostre città invivibili e inospitali. La testata in esame è giornalmente impegnata a informare su quanto accade intorno a noi, sulle irregolarità e le ingiustizie connesse a una cattiva gestione dell'ambiente e le ripercussioni di queste sulla salute.

La cronaca ha imposto anche a La Gazzetta del Mezzogiorno di occuparsi di smaltimento di rifiuti, ma anche di balneabilità dei litorali nazionali e pulizia delle spiagge.

E poi energia, sia che si tratti di quella contestata, perché prodotta nelle centrali atomiche, che di quella dei ben accetti impianti alimentati a gas metano.

Giudizio finale: decisamente positivo, sia per quanto riguarda la frequenza di informazioni ambientali che per l'attenzione nei confronti delle attività dell'APAT e delle ARPA dislocate sul territorio nazionale.

## V. IL MESSAGGERO

Anche **Il Messaggero**, come del resto ognuno dei quotidiani monitorati, ha una discreta diffusione nazionale. Le notizie privilegiate da questa testata non differiscono dalle altre sin qui analizzate: la divulgazione ha soprattutto come oggetto l'inquinamento urbano e le sue ripercussioni sulla salute dei cittadini, nonché i conseguenti provvedimenti delle Amministrazioni interessate; il problema dei rifiuti, le politiche messe in opera per trovare una soluzione, le opinioni della gente che vive nelle vicinanze delle sovraccariche discariche campane; l'inquinamento industriale e le dinamiche economiche e politiche che ruotano intorno al difficile dualismo nocività delle produzioni-interessi personalistici.

Volendo esprimere un giudizio sulla presenza delle informazioni ambientali in seno alle pagine del noto quotidiano, si può affermare che esse compaiono con frequenza soddisfacente. Stesso parere per quanto riguarda la visibilità che l'APAT e le ARPA, all'interno di queste informazioni, riescono ad ottenere.



## VI. L'ESPRESSO

Questa breve panoramica sui risultati delle cinque settimane di monitoraggio della carta stampata si conclude con quanto rilevato a proposito de **L'Espresso**. Si tratta, come precedentemente chiarito, di un periodico di approfondimento politico, ma anche economico e di costume. Di grande livello, anche in questo caso, le firme che vi compaiono: un nome fra tutti è quello di Enzo Biagi, ma non solo.

Nonostante sia molto ampio il ventaglio di informazioni che è possibile trovare tra le pagine del prestigioso periodico, non si può certo sostenere che quelle a carattere ambientale siano tra le priorità assunte nell'ambito della linea editoriale. Quando questi argomenti vengono affrontati, è soprattutto per denunciarne i risvolti politici, a discapito degli aspetti strettamente legati all'ambiente stesso e ai suoi processi.

Gli argomenti trattati, sulla scia di quanto detto a proposito di alcune testate già prese in esame, ruotano intorno alle problematiche legate all'inquinamento industriale e alla gestione dei rifiuti.

Nonostante l'altissimo valore del periodico, il giudizio è negativo: pollice verso, pertanto, sia che si prenda in considerazione la frequenza di informazioni a carattere ambientale, sia che si guardi all'attenzione nei confronti delle attività agenziali.

## Conclusioni

La partita disputata da carta stampata e frequenza informazioni ambientali/APAT si è conclusa con un deludente pareggio: 3-3. Sono state infatti tre su sei le testate che hanno dimostrato una accettabile sensibilità nei confronti dell'ambiente e delle sue innumerevoli problematiche. Le altre tre

hanno messo in luce una preoccupante disattenzione e la propensione a ricercare le informazioni ambientali solo quando assumono carattere di emergenza, quando “raccontano” di disastri ecologici, quando permettono di intraprendere la via del sensazionalismo.

Rispetto a quanto rilevato a proposito di Internet, tuttavia, il quadro complessivo si presenta migliore. Mentre nel primo caso il giudizio finale è stato assolutamente negativo, nel caso della carta stampata si intravede uno spiraglio di luce: nella molteplice varietà di operatori che gestiscono le notizie *on line*, si possono trovare esperti di comunicazione, ma anche operatori non adeguatamente qualificati; la carta stampata, al contrario, opera per mano di veri e propri giornalisti. Da questo si deduce che una reimpostazione delle linee editoriali, nonché un’opportuna formazione ambientale degli operatori dell’informazione, dovrebbero essere sufficienti a modificare i risultati di un possibile monitoraggio futuro.

Si tratterebbe di un passaggio che ne innescherebbe immediatamente altri: innanzitutto, la completezza dell’informazione ai lettori, l’aiuto verso una maggiore consapevolezza di ciò che accade nelle nostre case e città, le dinamiche anche politiche che sono dietro alcune scelte effettuate, la possibilità di conoscere e utilizzare gli strumenti per reagire a quanto non avviene nella legalità.

Un’inversione di tendenza è auspicata, non resta che aspettare la scintilla che potrebbe far partire il delicato ingranaggio...

## CAPITOLO III

### L'APAT, L'INFORMAZIONE AMBIENTALE E I GIORNALISTI

#### I. LA VISIBILITÀ DELL'APAT.

Essere visibili, per un ente che si occupa di protezione ambientale, è di fondamentale importanza. Le Istituzioni e i cittadini devono essere a conoscenza delle attività svolte, al fine di poter richiederne ed ottenerne il supporto, anche in casi di emergenza.

La decisione di introdurre in questo studio una sezione dedicata alla visibilità del sistema agenziale parte per l'appunto dalle suddette considerazioni. Ci si è chiesti: quanto l'APAT è presente sui quotidiani, sui settimanali, sui siti internet, nelle notizie delle agenzie stampa?

Il risultato, confermato da un ulteriore studio<sup>2</sup> condotto da Silvano Vinceti, consulente APAT, rivela dati significativi, meritevoli di riflessioni da parte degli operatori dell'informazione e delle autorità dell'ente.

Ecco schematizzato quanto, nelle cinque settimane di monitoraggio, è emerso:

VISIBILITÀ APAT/ARPA		
	FREQUENTE	SCARSA
SITI INTERNET TEMATICI		
www.e-gazette.it	X	
www.ambiente.it		X
www.reteambiente.it		X
www.minambiente.it		X
www.legambienteonline.it		X

---

<sup>2</sup> “Indagine sulla rappresentazione delle Istituzioni Ambientali da parte dei Giornalisti”, Silvano Vinceti, 2004

www.ilvelino.it	X	
www.sinanet.it	X	
SITI INTERNET DI INFORMAZIONE GENERALE		
www.europa.eu.int	X	
www.repubblica.it		X
www.corriere.it		X
AGENZIE STAMPA SU INTERNET		
www.omniroma.it	X	
www.agi.it		X
www.asca.it		X
www.AdnKronos.it	X	
CARTA STAMPATA		
La Repubblica		X
Corriere della Sera		X
L'Unità	X	
Gazzetta del Mezzogiorno	X	
L'Espresso		X
Il Messaggero	X	

Qualche riflessione è inevitabile. Dallo schema proposto emerge la parità, ma dei distinguo vanno fatti. È evidente che, al contrario di quanto ci si aspetti, i siti cosiddetti “istituzionali” dedicano poca attenzione all'APAT. Il Ministero dell'Ambiente, ad esempio, nelle cinque settimane di monitoraggio non menziona mai l'Agenzia. Lo stesso dicasi per Legambiente, che da sito dovrebbe fornire informazioni ricche e approfondite ma che appare tutt'altro che aggiornato.

Stupisce anche il tiepido interesse di Agenzie stampa rinomate come Asca ed Agi, che sfornano in continuazione notizie, ma che poco spazio dedicano agli

interventi dell'APAT in numerose occasioni, emergenze complete. Una nota di demerito anche per due colossi dell'informazione: il Corriere della Sera e La Repubblica sono da segnalare per disattenzione nei confronti dell'iperattiva APAT.

Positivo, invece, il contributo di altre testate giornalistiche come L'Unità, Il Messaggero e, soprattutto, La Gazzetta del Mezzogiorno che quotidianamente dedica articoli alle tematiche ambientali e all'APAT.

Per quanto riguarda i siti tematici, si segnala quello del Sinanet, la cui attività è gestita nell'ambito dell'APAT, a cui dedica varie sezioni dai contenuti approfonditi.

Tirando le somme si può affermare che non sia completamente soddisfacente la presenza di informazioni riguardanti l'APAT, in riferimento soprattutto a quanto riportato su Internet e parte delle testate giornalistiche.

## II. “INDAGINE SULLA RAPPRESENTAZIONE DELLE ISTITUZIONI AMBIENTALI DA PARTE DEI GIORNALISTI”

Com'è noto, l'informazione viaggia, attraverso i mezzi di comunicazione, in maniera univoca. Sono quasi sempre i giornalisti la fonte primaria da cui il lettore di carta stampata, il radioascoltatore e il telespettatore attingono le informazioni; attraverso Internet, al contrario, sono spesso altre figure professionali a curare i contenuti dei siti (i *web content*, ad esempio). Si tratta, il più delle volte, di tecnici senza esperienza giornalistica: ciò non rappresenta necessariamente un problema, avendo Internet modalità di funzionamento che, se per alcuni aspetti si accostano alla carta stampata, per altri ne differiscono in maniera sensibile. Ciò che fondamentale distingue la notizia sul Web da quella su di un giornale è il modo in cui essa appare al lettore. Attraverso il computer, le informazioni sono visibili dal monitor, ma la lettura è il 25% più

lenta che dal cartaceo. Le informazioni, pertanto, devono essere il meno possibile complesse, le subordinate ridotte all'indispensabile, le scelte cromatiche effettuate *ad hoc*, la struttura grammaticale intuitiva.

L'informazione passa, quindi, dalle mani del giornalista/comunicatore a quelle degli utenti che, quotidianamente, individuano la fonte preferita, sulla base di soggettivi parametri di giudizio. È interessante conoscere i meccanismi che guidano l'utente in questa scelta, i giudizi effettuati, così come degna di attenzione è la valutazione effettuata dagli operatori del settore in merito all'informazione stessa. Ciò che in questo studio interessa, va ribadito, non è l'informazione in generale, bensì quella "ambientale". Particolarmente utile, a tale scopo, è l'"Indagine sulla rappresentazione delle Istituzioni ambientali da parte dei Giornalisti" condotta da Silvano Vinceti, consulente APAT.

Il campione utilizzato include 21 testate giornalistiche del Nord Italia, 19 del Centro e 15 del Sud, per un totale di 55 testate interpellate. Ventisei le domande sottoposte ai giornalisti, a cui è stato chiesto di esprimere un giudizio sulla diffusione dell'informazione ambientale in Italia, sull'efficienza del Governo nell'attuare la politica ambientale, sul livello di notorietà dell'ANPA/APAT. Interessanti i risultati ottenuti.

Secondo l'83% degli intervistati, la linea editoriale seguita nelle testate di appartenenza non ha diminuito, negli ultimi tempi, l'interesse per le tematiche ambientali; per il 73%, inoltre, esiste un atteggiamento più benevolo nei confronti delle associazioni ecologiche e dei Verdi rispetto alle realtà politiche tradizionali. Questo risultato, evidenzia l'indagine di Vinceti, è principalmente determinato dalla credibilità e affidabilità che tali enti sembrano avere (42%).

Di diverso tenore le risposte relative all'operato del Governo: secondo il 49% dei giornalisti intervistati la politica ambientale attuata sarebbe "mediocre", "insufficiente" per il 35%, discreta per il 16%. Si avvia verso un graduale peggioramento, invece, l'operato del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio rispetto alle Amministrazioni precedenti: lo pensa il 58% degli

intervistati, mentre il 27% di essi non vede sensibili cambiamenti a riguardo e un magro 4% si dichiara incerto nel rispondere.

La domanda n. 8 rappresenta un inversione di tendenza rispetto alle precedenti: accostate le valutazioni sull'operato della Politica, ai giornalisti è stato chiesto di esprimere un giudizio sulla qualità delle tematiche ambientali trasmesse in televisione. Il 35% degli intervistati non ritiene che i programmi televisivi dedicati all'ambiente privilegino servizi legati alla necessità di veicolare il turismo, piuttosto che approfondire questioni altrettanto importanti come le emergenze ambientali, l'ecologia, l'inquinamento. Positivo anche il giudizio sui contenuti dei TG: il 47% dei giornalisti ritiene che le questioni ambientali non siano affatto trascurate nella stesura della scaletta dei telegiornali.

### III. L'APAT E I GIORNALISTI

Buona parte dell'indagine è dedicata alla visibilità rivestita dall'APAT e dalle agenzie regionali nel panorama dell'informazione ambientale.

Ciò che *in primis* viene chiesto ai giornalisti intervistati è se in passato abbiano sentito parlare dell'ANPA (Agenzia Nazionale per la Protezione dell'Ambiente), divenuta nell'ottobre 2002 APAT (Agenzia Protezione Ambiente e Servizi tecnici).

L'82% degli interpellati risponde positivamente; il 60% dichiara di non essere venuto a conoscenza dell'operato dell'Agenzia tramite televisione o riviste, ma in altra maniera, tuttavia non specificata.

Nonostante le alte percentuali, il 60% dei giornalisti dichiara di non aver ben compreso la natura delle attività svolte dal sistema agenziale, mentre il 48% afferma di sapere che da appena due anni l'ANPA è stata sostituita dall'APAT.

Il quadro che ne emerge è che l'APAT sia conosciuta dai giornalisti principalmente per motivi legati alla professione e il 40% di essi dichiara di aver preso contatto con le strutture ARPA-APPA in occasione di problemi ecologici e di degrado ambientale della propria regione, città o quartiere.

Si avvicina al 100% la percentuale di giornalisti che ammette l'importanza delle attività tecnico-scientifiche svolte dagli enti statali nell'ambito della protezione ambientale, della tutela delle risorse idriche e della difesa del territorio.

#### IV. LA COMUNICAZIONE AMBIENTALE DELL'APAT

Sono varie le forme attraverso cui l'APAT promuove la cultura ambientale: tra esse spiccano l'organizzazione di conferenze e convegni, la partecipazione ad eventi, la cura e diffusione di documentazione informativa, l'accesso all'informazione, la cura delle relazioni con i mezzi di comunicazione di massa, la promozione di forme di comunicazione ambientale specialistica attraverso strumenti come video e cinematografia, il rilevamento delle opinioni dei cittadini sui temi ambientali ecc.

La comunicazione ambientale dell'APAT passa anche attraverso Network di addetti ai lavori sia a carattere nazionale (il gruppo di lavoro dei Referenti per la comunicazione, l'informazione, la formazione e l'educazione ambientale – CIFE) che internazionale (il Network “Green Spider” dell'Unione europea).

Non è tuttavia semplice fare comunicazione ambientale efficace quando i contenuti sono di natura tecnico – scientifica. A tale fine è determinante il coinvolgimento di soggetti che operano nel settore dell'informazione (giornalisti di carta stampata, TV, radio e da non molto anche Internet), nonché la cura di campagne di sensibilizzazione rivolte ai cittadini.



L'informazione ambientale è svolta dall'APAT mediante la gestione di:

- Annuario dei dati ambientali e Indicatori
- Siti web
  - Network di siti (Sistema agenziale, Istituzioni italiane, Istituzioni europee, UNEP)
- Network biblioteca (SBN, ACNP)
- Problema della traduzione del dato in informazione ambientale fruibile da diverse tipologie di utenti
- Informazione via web
- Rete dei centri di documentazione
  - Supporto alle Istituzioni per la realizzazione di politiche di sostenibilità (progetto "Piccoli Comuni").

L'APAT e le agenzie regionali per la protezione ambientale in Italia hanno prodotto fin dalla loro istituzione una cultura ambientale propria, attraverso iniziative specifiche miranti alla raccolta, interpretazione, elaborazione e diffusione delle informazioni e alla progettazione e produzione di una serie di attività lavorative e servizi offerti al cittadino secondo modalità e termini omogenei e coordinati.

## CONCLUSIONI

Cosa si intende per media? La parola “media”, nel significato più comune, indica i mezzi di comunicazione e, quindi, di trasmissione di informazioni: radio, televisione, ma anche giornali quotidiani, i periodici e le agenzie stampa. Ogni media dispone di un proprio target di pubblico e modella i propri messaggi in funzione di questo.

Quando è l'informazione di carattere ambientale ad essere veicolata al lettore, importanti e delicati interrogativi si delineano: l'operatore dell'informazione è sufficientemente informato e documentato? Cosa si può fare per evitare una calamità o difendersi gli interessi particolaristici minano il patrimonio ambientale e la sicurezza della Comunità? L'informazione ambientale, infatti, ha una duplice valenza: racconta di un fatto, di una situazione, ma in casi particolari prepara anche a gestire o prevenire fatti e situazioni future. Un esempio? Ogni anno si ripropone il vergognoso moltiplicarsi di episodi di piromania: con l'arrivo del caldo, ecco proliferare devastanti incendi, capaci di fagocitare ettari ed ettari di rigogliosa vegetazione. Nella maggior parte dei casi gli artefici di questo massacro ambientale sono delinquenti assoldati apposta: l'informazione ambientale in questo caso non solo deve riferire l'episodio, ma invitare la cittadinanza a segnalare a definiti numeri telefonici movimenti sospetti in prossimità di aree naturalistiche, grazie ai quali si innesca il procedimento di intervento. Si tratta di un piccolo e banale esempio, ma rende l'idea dell'importanza che l'informazione ambientale riveste nella società, nonché di quanto sia grave che essa appaia spesso insufficiente, sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo.

Nel corso della Conferenza Nazionale di Protezione Civile, tenutasi a Castelnuovo di Porto nel giugno 1997, un gruppo di lavoro ha affrontato queste problematiche arrivando a deludenti conclusioni<sup>3</sup>.

Si è infatti notato che i media passano con disinvoltura da una frenetica ricerca e pubblicazione di notizie durante il periodo di emergenza al totale disinteresse nella fase immediatamente successiva. La cosa è tanto più sorprendente se si considera che basta analizzare il livello di rischio nel nostro Paese (sismico, idrogeologico, vulcanico) per rendersi conto che ben oltre la metà dei cittadini italiani vive in aree sensibili. I partecipanti alla Conferenza, la maggior parte dei quali attivi nell'ambito della Protezione Civile, hanno convenuto che le attività del Dipartimento "non tirano" quando si tratta di informare il cittadino preventivamente sulla possibilità di accadimento di un evento calamitoso o sui rischi che incombono sul suo territorio. Alla conclusione dei lavori furono fatte alcune proposte:

1. Professionalizzazione degli uffici stampa degli Enti pubblici;
2. Sensibilizzazione degli editori e dei direttori. È stata anche ipotizzata una giornata specifica dell'informazione per riunire intorno ad un tavolo direttori, giornalisti scientifici, editori pubblici e privati, istituzioni, comunità scientifica;
3. È stato raccomandato caldamente che l'iniziativa lanciata dalla Regione Piemonte (corsi di protezione civile per tutti gli ordini professionali) venga rilanciata in tutta Italia.

È sconcertante, a distanza di qualche anno dalla Conferenza, scoprire che le cose non sono molto cambiate; ancora oggi si nota con disappunto che quella ambientale è la Cenerentola delle informazioni.

Questa ricerca è stata condotta in maniera puntuale pur non potendo essere considerata propriamente "scientifica", in quanto non dispone degli strumenti

---

<sup>3</sup> Franco Barberi, 2004, "L'informazione in situazioni di emergenza", DPC Informa", pagg. 23-24

tecniche di uno studio statistico vero e proprio. Le conclusioni a cui però si è giunti non si discostano da quelle di analisi statistiche condotte da importanti agenzie su tematiche molto vicine a quelle qui affrontate.

Il settore dell'informazione deve fare molta strada per colmare il preoccupante vuoto lasciato dalle notizie di carattere ambientale, ma si può tranquillamente affermare che con delle misure appropriate questo è possibile, in tempi brevi e con risultati più che soddisfacenti. Ciò che serve è avviare questo affascinante processo, sostanzialmente non difficile da operare e capace di produrre risultati preziosi per l'intera Comunità.

## BIBLIOGRAFIA

- 2003/4/CE: Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio del 28 gennaio 2003 sull'accesso del pubblico all'informazione ambientale e che abroga la direttiva 90/313/CEE del Consiglio
- “L’Umanità dell’Internet. Le vie della Rete sono infinite” di Giancarlo Livraghi, ed. Hops, 2001
- “Organizzazione preventiva in funzione di comunicazione in stato di crisi”, 2004, DPC Informa, pag. 36.
- “Indagine sulla rappresentazione delle Istituzioni Ambientali da parte dei Giornalisti”, Silvano Vinceti, 2004
- Franco Barberi, 2004, “L’informazione in situazioni di emergenza”, DPC Informa”