



Ogm e mass media in Italia

A cura di Grazia Basile
(Università degli Studi di Salerno)

Un'informazione discontinua, spesso poco approfondita, dal taglio quasi esclusivamente politico, che utilizza, con rare eccezioni, un linguaggio troppo tecnico e uno stile che evoca guerra e scontro più che un sano confronto tra le parti. E' questo il quadro dell'informazione sulle biotecnologie che emerge dal Rapporto "Ogm e mass media in Italia", uno studio coordinato dalla Fondazione Diritti Genetici sulle maggiori testate di informazione radio-televisiva e di carta stampata nell'autunno del 2007, in occasione della Consultazione nazionale su Ogm e modello agroalimentare.

L'attenzione dei media

Durante la Consultazione nazionale su Ogm e modello agroalimentare promossa nell'autunno 2007 l'attenzione dei media di carta stampata per i temi della qualità del cibo, del rapporto tra alimentazione e salute è stata piuttosto discontinua, concentrata in particolare nei momenti di presentazione e conclusione dell'iniziativa. Mediamente basso l'interesse durante le fasi centrali della campagna, con un picco significativo in occasione dell'autorizzazione di quattro nuovi ogm da parte della Commissione europea. La notiziabilità dell'argomento è stata dunque legata alla sua percezione come evento di cronaca o all'assunzione di un carattere internazionale. In generale la Consultazione ha determinato un incremento del 22% della visibilità mediatica del tema ogm/alimentazione rispetto ai sei mesi precedenti e a quelli successivi alla campagna.

Quotidiani e periodici

Fra i grandi quotidiani nazionali, quelli che gli hanno dedicato maggiore spazio sono stati: l'Unità (16,5%), il manifesto e la Repubblica (entrambi al 14,8%), seguiti da Liberazione (13%), il Sole24ore (9,6%), il Corriere della Sera e il Giornale (entrambi al 7,8%).

Per quanto riguarda la stampa periodica, oltre un terzo degli articoli sono stati pubblicati da Agrisole, settimanale sull'agroalimentare de Il Sole24ore (36,4%), seguito da Il Salvagente (30,3%), Left (12,1%), Oggi (9,1%), l'Informatore agrario, Panorama, l'Espresso, Famiglia Cristiana (tutti attestati intorno al 3%)

La collocazione del pezzo

La maggior parte degli articoli dei quotidiani sono stati pubblicati in un inserto o supplemento (27,8%), nelle sezioni Politica (19,1%), Lettere/Commenti e Cronaca (entrambi al 15,8%). Una buona percentuale compare nella sezione economia (7,8%) ed esteri (6,9%). Poco frequente la collocazione in specifiche sezioni dedicate alla scienza (3,5%) e ai temi agricoltura/alimentazione (1,7%).

Nel caso dei periodici, invece, gli articoli che hanno una collocazione specifica compaiono soprattutto nella sezione Politica (24,2%). Nella maggior parte dei casi, però, i pezzi non sono inseriti in un'area tematica particolare (63,7%).

Tra gli articoli collocati all'interno di un supplemento, la maggior parte compare all'interno di numeri speciali dedicati agli Ogm (56,2%) e in inserti riguardanti la salute (18,7%). Da segnalare

gli speciali dei quotidiani il manifesto e Liberazione, usciti rispettivamente il 25 luglio e il 29 settembre.

La tipologia dell'articolo

Nei quotidiani la maggior parte dei pezzi sono di carattere soggettivo e valutativo, cioè articoli di opinione (30,4%), seguiti da articoli pastone (21, 7%), di cronaca (20%), interviste (10,4%), testi a tipologia mista, reportage, lettere, editoriali.

Nei periodici prevalgono invece gli articoli a tipologia mista e quelli "pastone" (entrambi al 24%), i pezzi di cronaca (18,1%), i reportage (15,1%), le interviste e gli editoriali (entrambi al 9,09%).

La titolatura e il rigaggio

Il carattere soggettivo dell'informazione di carta stampata emerge anche dall'analisi della titolatura e della struttura del pezzo, analizzata attraverso il rigaggio. Nella maggior parte dei casi, infatti, i titoli sono di tipo interpretativo/ problematico (63% sui quotidiani e 55% nei periodici), mentre la percentuale di righe in cui sono presenti commenti, valutazioni ed esposizioni di punti di vista soggettivi costituisce la netta maggioranza, sia nei quotidiani (44%) sia nei periodici (58%), rispetto alla percentuale di righe dedicate alla cronaca degli eventi (38,9% nel caso dei quotidiani e 25% nel caso dei periodici) e alle informazioni istituzionali (14,2% nei quotidiani e 12% nei periodici).

Gli apparati di approfondimento

Bassissima è la percentuale di righe dedicate a spiegazioni relative agli Ogm (2,2% sui quotidiani, 5% sui periodici) e scarsi gli apparati di approfondimento. Solo nel 23% degli articoli dei quotidiani sono presenti box e schede, nel 13% nel caso dei periodici. Tra i box, soltanto il 5% di quelli riportati dai quotidiani presenta l'indicazione della fonte, nessuno nel caso dei periodici

I protagonisti dell'articolo

Nei quotidiani i protagonisti degli articoli sono per lo più politici (46,8%) e rappresentanti di organizzazioni (40,6%). Scarsa la presenza di scienziati (12,5%). Negli articoli dei periodici, invece, a prevalere sono i rappresentanti di organizzazioni (72,7%), seguiti dai politici (18, 18%).

Anche in questo caso la presenza di rappresentanti del mondo scientifico è molto limitata (9,09%).

Le conoscenze pregresse

La maggior parte degli articoli presuppone da parte del lettore un livello di conoscenze medio (59,1% nei quotidiani e 75% nei periodici) e medio-alto (41% nei quotidiani e 12,5% nei periodici), che sta ad indicare quanto sia diffusa nei giornali italiani la tendenza a dare per scontata una conoscenza di tipo tecnico-specialistico quale quella relativa agli Ogm.

Connessione con altri temi

Il tema degli Ogm è affrontato soprattutto in connessione con la salute (28,5% nei quotidiani e 41,6% nei periodici). Assente ogni riferimento agli impatti di carattere sociale ed etico.

Variabili semantico-lessicali

A livello semantico-lessicale è stato osservato un utilizzo diffuso di figure retoriche (68,5%) e di tecnicismi, usati soprattutto senza spiegazione (nel 30, 5% dei casi, contro lo 0,88% in cui era presente una spiegazione).

Le metafore utilizzate hanno riguardato soprattutto la sfera degli stati d'animo e la guerra (entrambe al 12, 4%).