

SINTESI – TAGLIO BASSO



# TAGLIO BASSO

Come la povertà fa notizia



in collaborazione con



## TAGLIO BASSO

Indagine promossa da Caritas Italiana sulle modalità di rappresentazione e racconto della povertà nei telegiornali, nei talk show e nei profili social di alcuni influencer.

## OBIETTIVI

L'obiettivo del rapporto è quello di indagare la copertura mediale delle diverse manifestazioni della povertà, per comprenderne le narrative prevalenti e le modalità attraverso cui viene trattata nel dibattito pubblico. L'analisi è stata guidata da una serie di domande di ricerca: quanto si parla di povertà ed esclusione sociale nei media italiani? Di quali povertà ed esclusione sociale si parla (es. povertà economica, educativa, minorile)? Quali sono i contesti di povertà ed esclusione sociale di cui si parla (es. periferie italiane, megalopoli estere)? Quali sono i gruppi sociali rappresentati come poveri o a rischio di povertà ed esclusione sociale (es. donne, migranti, anziani/e)? In quali occasioni si parla di povertà ed esclusione sociale (es. pubblicazione di dati o rapporti di ricerca, eventi di cronaca, novità legislative)? Vengono forniti dati o informazioni in grado di approfondire il tema? Qual è il lessico della povertà e dell'esclusione sociale? Quali narrative emergono attorno a povertà ed esclusione sociale? • Sono presenti stereotipi? Si riscontrano giudizi di valore?

## METODI E CAMPIONE DI ANALISI

La rilevazione e l'analisi dei dati è stata effettuata dall'Osservatorio di Pavia. Si è seguito un approccio quali-quantitativo, analizzando diversi ambienti mediatici, nel periodo compreso tra il 15 settembre 2024 e il 15 giugno 2025. Il campione selezionato ha permesso di incrociare dati relativi al racconto televisivo e al dibattito sui social media, coprendo tre generi informativi:

- **Telegiornali:** sette telegiornali a diffusione nazionale trasmessi in fascia prime time (OdP): Tg1 20:00, Tg2 20:30, Tg3 19:00, Tg4 18:55, Tg5 20:00, Studio Aperto 18:30 e Tg La7 20:00, che nel complesso raggiungono un pubblico di oltre 10 milioni di spettatori. Complessivamente sono state analizzate 1.912 edizioni (755 nel 2024 e 1.157 nel 2025);
- **Talk show televisivi:** il monitoraggio ha incluso 18 programmi, per un totale di 1.218 puntate corrispondenti a 1.822 ore e 39 minuti di programmazione trasmessi in prima e seconda serata da Rai, Mediaset, La7 e Nove;
- **Influencer su Facebook:** campione di 12 account Facebook, di 10 giornalisti e 2 giornaliste, con un numero di follower compreso fra gli 80 mila e i 2,5 milioni circa, che hanno complessivamente pubblicato 18.904 post.

## PRINCIPALI RISULTATI DEL MONITORAGGIO

La povertà è un tema trascurato nei TG: compare in 708 notizie, pari al 2% dei servizi. Si tratta di una presenza episodica, legata soprattutto a eventi eccezionali, a ricorrenze e fatti di cronaca. La Rai ha prodotto oltre metà dei servizi (53,5%), seguita da Mediaset e La7, ma le differenze tra testate sono minime. L'attenzione cresce in quattro momenti: novembre e dicembre 2024 (elezioni USA, G20, legge di bilancio, crisi e iniziative natalizie), aprile 2025 (morte di papa Francesco e lavoro povero) e maggio 2025 (elezione del nuovo papa e dati Eurostat). Nel 73% dei casi la povertà resta un tema accessorio. Tre servizi su quattro si concentrano sulla dimensione materiale (74%). Il 62% delle notizie adotta una prospettiva unidimensionale. La maggior parte tratta la povertà "in generale", mentre le forme abitativa, lavorativa, relazionale, alimentare ricevono attenzione più limitata. Il focus è soprattutto sulla povertà italiana (47%). Alcuni Paesi molto poveri non ricevono attenzione: Asia (4%), Africa (2%). L'Italia delle periferie e delle zone rurali restano poco rappresentate, con percentuali di copertura rispettivamente del 3% e dello 0,1%. Solo l'8% dei servizi sulla povertà si avvale di dati quantitativi o studi di istituti di ricerca, associazioni e organismi internazionali (tra cui Caritas). Nel 18% dei casi si rileva un'associazione con stereotipi o pregiudizi. Le principali associazioni negative riguardano l'accostamento con illegalità e criminalità (13,6%), con il background migratorio (10,5%), le dipendenze (3,7%) e i disturbi mentali (2,7%).

Il risultato dell'analisi sui talk show ha restituito un campione di 78 puntate (pari al 6% del totale) in cui il tema della povertà è stato trattato, anche marginalmente, da ospiti o conduttori. Nella stragrande maggioranza dei casi (94%), i talk show selezionati non hanno affrontato in maniera diretta o esplicita la questione delle povertà. Quando la povertà compare, è centrale nell'83 per cento dei casi. Prevale la povertà relativa (56%), molto più discussa rispetto alla povertà assoluta (8%) o estrema (3%). Un terzo degli interventi combina più livelli. Nel 76% del tempo si parla di povertà materiale, ma prevale un approccio multidimensionale (59%) che integra riferimenti a salute, istruzione, relazioni e partecipazione, anche se il 41% del dibattito resta confinato a una lettura economica. Le forme più trattate sono la povertà lavorativa e quella abitativa. Minoritaria l'attenzione a donne, giovani, famiglie, povertà educativa o sanitaria. Il frame dominante è quello politico-economico (52%), seguito da quello misto politico-solidaristico. Marginale l'approccio esclusivamente caritatevole. Le politiche di contrasto alla povertà sono il tema più discusso, spesso in chiave conflittuale. argomenti marginali. Dei 520 minuti di parola affidati agli ospiti, un terzo (32%) è stato occupato da giornaliste/i e opinioniste/i, seguiti da rappresentanti del mondo politico e delle istituzioni (24%), e gente comune (13%). Quasi del tutto assenti gli ospiti della società civile, delle associazioni, delle Chiese locali;

L'attenzione verso la povertà dei dodici influencer più attivi su Facebook è estremamente bassa: solo lo 0,8% dei quasi 19.000 post pubblicati tra settembre 2024 e giugno 2025 tratta, anche marginalmente, il tema. La presenza è discontinua, con picchi in occasioni

legate ad eventi di spettacolo o alla morte di papa Francesco, ricordato per il suo impegno verso i più fragili. Nel 79% dei casi la povertà non è centrale, ma accessoria rispetto ad altri contenuti. Prevale la povertà assoluta (57%), seguita da quella relativa; marginale la povertà estrema. Il 71% dei post si concentra sulla dimensione materiale, mentre la natura multidimensionale della povertà appare raramente. Le categorie più frequenti sono “povertà in generale” ed “emarginazione”, mentre tra le forme specifiche domina la povertà abitativa. Il 97% dei post manca di qualsiasi dato statistico. Un terzo dei post contiene almeno uno stereotipo, ovvero la correlazione della povertà con qualche condizione altra/diversa dalla povertà ma pregiudizievoltamente associata alla povertà, in modi talvolta colpevolizzanti. L’associazione più ricorrente è quella della povertà con l’incapacità o difetto (16%), in post strumentali al dibattito social-politico.

## ELEMENTI POSITIVI COMPLESSIVI

Tutti i generi informativi analizzati mostrano attenzione a più forme di povertà, sebbene con intensità diversa. Nei talk show, ad esempio, il dibattito tende a integrare aspetti materiali, relazionali e lavorativi, mentre nei TG la sfera religiosa valorizza solidarietà e beneficenza. Anche sui social, nei picchi di attenzione, emergono contenuti che richiamano valori etici e responsabilità morale. Nei talk show la povertà, quando è trattata, è al centro del dibattito (83% dei casi), nei TG alcuni servizi la pongono al fulcro del racconto, soprattutto in corrispondenza di eventi simbolici o figure autorevoli come Papa Francesco. Nei social, pur essendo rara, la povertà compare in momenti di grande rilevanza mediale, come il Festival di Sanremo e la morte del Papa, favorendo visibilità e consapevolezza. TG e social mostrano un’attenzione significativa alla dimensione solidaristica/caritatevole (TG 47%, social 39%), che contribuisce a restituire storie di vita e esperienze concrete, anche se spesso prive di dati empirici solidi.

## RACCOMANDAZIONI

Dai dati raccolti traspare una povertà informativa, su due dimensioni: da un lato i poveri sono meno informati - meno cittadini - e dall’altro l’informazione sui poveri è carente o di scarsa qualità. I media sono possibili strumenti di solidarietà: se attivati nel modo corretto possono favorire la conoscenza ed il rispetto degli altri, ma se al contrario ignorano o riportano in modo distorto alcuni aspetti della sofferenza umana, possono contribuire all’aumento delle ingiustizie e degli squilibri sociali. Mai come oggi è fondamentale che vi siano nel settore della comunicazione persone competenti, aggiornate, garantite nella loro professionalità. Tuttavia, la loro crescente scarsità, spesso determinata da logiche di mercato che sembrano irreversibili e da scelte editoriali poco accorte, rende tutti più poveri. Una pista di lavoro è quella di recuperare la dimensione comunitaria del discernimento: se per il singolo individuo è difficile orientarsi nella giungla informativa, una comunità attenta alle dimensioni locale e globale, alla realtà del territorio e alle risorse di prossimità può diventare il luogo in cui avviene l’interpretazione delle informazioni e soprattutto la progettazione di percorsi informativi corretti. In base

alle criticità emerse dall'indagine, emergono alcuni standard di qualità che consegniamo agli operatori della comunicazione:

- assicurare **continuità e regolarità** della copertura, inserendo il tema della povertà nell'agenda dell'informazione e nei flussi social in maniera più continua, evitando trattazioni episodiche legate a eventi simbolici;
- **diversificare i frame e le prospettive**: affiancare al dibattito politico-economico approcci sociali, culturali e relazionali, promuovendo narrazioni multidimensionali, anche sui social media;
- valorizzare la **pluralità delle voci**: dare maggiore spazio a persone ed enti che conoscono da vicino le diverse forme, dimensioni, categorie di povertà, come associazioni, esperti/e, e comunità locali;
- integrare **dati empirici e fonti solide**: utilizzare statistiche, ricerche e report per rendere le narrazioni più credibili e contestualizzate.

## POVERTÀ E GIORNALISMO: AI MARGINI DELLA NOTIZIA<sup>1</sup>

La povertà non ha mai fatto notizia. Purtroppo. Ed è così da anni. Da sempre politica, economia, cronaca (spesso violenta) e gossip sono tra i temi più trattati sui media – nessuno escluso -, con tanti saluti alle buone notizie e al sociale. La povertà appare come una condizione da negare o, meglio, da nascondere, all'interno di una società dove il bello, il "va tutto bene" e il plastificato la fanno da padrone.

Le conclusioni sono precise: la povertà è un tema trascurato nei telegiornali, nei talk show e sui social; la copertura del tema è discontinua e spesso legata a eventi eccezionali; frequentemente è associata a criminalità o degrado.

Nei telegiornali, di qualsiasi rete, la povertà viene trattata marginalmente. Solo il 2% delle notizie si occupa del tema e la copertura è legata di solito a celebrazioni simboliche o fatti di cronaca.

## POVERI D'INFORMAZIONE<sup>2</sup>

Se un'informazione completa e corretta è una ricchezza, la sua mancanza rappresenta una particolare, e diffusa, forma di povertà. La povertà informativa ha quindi due dimensioni: i poveri sono meno informati - meno cittadini - e l'informazione sui poveri è carente o di scarsa qualità. In un'epoca in cui la prosperità e perfino la sopravvivenza dipendono dall'informazione, questo squilibrio contribuisce a produrre nuove forme di disuguaglianza.

---

<sup>1</sup> Matteo Naccari, sociologo, giornalista professionista, vice caporedattore de il Resto del Carlino, segretario aggiunto della Federazione nazionale della stampa italiana.

<sup>2</sup> Paolo Bill Valente, giornalista professionista e saggista, collabora con diverse testate e realtà culturali, occupandosi di temi legati al dialogo interculturale. È vice direttore di Caritas Italiana.

L'informazione parziale e carente, soprattutto sui fenomeni legati alla povertà, non solo contribuisce a perpetuarla, ma diventa essa stessa un fattore di impoverimento sociale, poiché la corretta informazione è alla base di ogni forma di partecipazione.

La solidarietà appare come una conseguenza di una comunicazione vera e giusta e di una libera circolazione delle idee, che favoriscono la conoscenza ed il rispetto degli altri. Al contrario, quando ignorano del tutto alcuni aspetti della sofferenza umana, i mezzi di comunicazione sociale contribuiscono alle ingiustizie e agli squilibri che causano quello stesso dolore che poi riportano come informazione.

Tra gli ostacoli che, di fatto, limitano la libertà e l'egualanza dei cittadini e impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione, c'è dunque anche la povertà informativa. La rimozione di questo ostacolo non riguarda solo le istituzioni, ma chiunque scriva, legga, metta in circolo notizie, condivida informazioni o le renda accessibili.