

TAGLIO BASSO

Come la povertà fa notizia

TAGLIO BASSO

Come la povertà fa notizia

In collaborazione con



OSSERVATORIO
di Pavia

© Caritas Italiana

Tutti i diritti letterari e artistici sono riservati. I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica, di riproduzione e di adattamento totale o parziale, con qualsiasi mezzo (compresi microfilm e le copie fotostatiche) sono riservati per tutti i Paesi.

Codice ISBN: 978-88-7298-596-0

Caritas Italiana
Via Aurelia, 796 - 00165 Roma
Tel. +39 06 661771
www.caritas.it

Editato da Edizioni Palumbi
Stampato da Mastergrafica S.r.l.
Anno di pubblicazione 2026

Il volume è stato curato da Walter Nanni

Si ringraziano: Rocco Pezzullo, Federica De Lauso

Copertina: Francesca Orsatti

INDICE

Introduzione

■ di don Marco Pagniello 5

La povertà dei media.

Il racconto delle povertà nei telegiornali, nei talk show e nei social

■ di Monia Azzalini e Giuseppe Milazzo 9

Povertà e giornalismo: ai margini della notizia

■ di Matteo Naccari 79

Poveri d'informazione

■ di Paolo Valente 89

INTRODUZIONE

Don Marco Pagniello¹

Il titolo di questa pubblicazione, “Taglio Basso. Come la povertà fa notizia”, richiama immediatamente l’attenzione sul potere delle parole e sullo spazio che concediamo a certi temi nel discorso pubblico. Le parole, infatti, non sono mai neutrali. In particolare, nell’informazione, ogni termine scelto e ogni storia raccontata (o taciuta) modella la percezione collettiva della realtà. Le parole possono dare voce a chi è escluso, oppure contribuire a renderli ancora più invisibili. Questo rapporto nasce proprio dalla consapevolezza che il modo in cui parliamo della povertà, o del silenzio che talvolta la avvolge, influisce profondamente sulla capacità della società di riconoscerla e affrontarla.

Viviamo in un Paese in cui, secondo gli ultimi dati Istat, oltre 2,2 milioni di famiglie e quasi 5,7 milioni di persone si trovano in condizioni di povertà assoluta. Eppure, troppo spesso queste vite faticano a trovare spazio sulle prime pagine dei giornali o nei titoli di apertura dei telegiornali. Il paradosso è che, mentre la povertà cresce ed è una realtà quotidiana per tanti nostri concittadini, nell’arena mediatica essa rimane in gran parte ai margini.

La stampa, la televisione, la radio, il web contribuiscono a formare le coscienze e a promuovere la libertà, perché una società ben informata diventa in grado di partecipare e, dunque, di scegliere. Abbiamo grande fiducia nella professionalità e nella passione di chi ogni giorno fa informazione in Italia. Sappiamo quanto lavoro, coraggio e talvolta rischio personale caratterizzino le scelte di molti giornalisti.

Proprio perché crediamo nel ruolo prezioso dell’informazione, siamo convinti che raccontare la povertà e farlo mantenendo fede alle dimensioni della verità e della giustizia, sia una responsabilità che interpella tutti. Ognuno nel proprio ambito è chiamato a fare la sua parte per far sì che chi vive nel bisogno non resti anche senza voce.

Il rapporto esplora proprio la presenza (o l’assenza) del tema povertà nei mezzi di informazione in Italia e le modalità con cui essa viene narrata. I risultati della ricerca offrono spunti importanti, a tratti preoccupanti, ma anche indicazioni di

¹ Direttore di Caritas Italiana.

miglioramento. Anzitutto, emerge che il peso mediatico della povertà è ancora estremamente esiguo.

Inoltre, la copertura mediatica, quando c'è, risulta spesso discontinua e frammentata. Se ne parla principalmente in concomitanza di eventi eccezionali, ricorrenze o emergenze. Manca, invece, una narrazione costante che rispecchi la presenza quotidiana e strutturale della povertà nel tessuto del Paese. Intere dimensioni del fenomeno restano nell'ombra per lunghi periodi, come se la povertà fosse un tema che "fa notizia" solo a intermittenza, anziché una realtà sempre presente con cui fare i conti.

Un altro aspetto critico evidenziato dal rapporto è che la povertà viene spesso raccontata attraverso pochi frame narrativi ripetitivi. In particolare, si tende a inquadrarla o come tema di scontro politico, o come questione morale da affidare alla solidarietà, oppure come problema di ordine pubblico. Il rischio di questi approcci è di offrire uno sguardo parziale. La ricerca rivela, ad esempio, che la povertà relativa (cioè quella di chi vive al di sotto dello standard medio) viene rappresentata soprattutto come terreno di contrapposizione politica, legata a polemiche su sussidi e misure economiche; la povertà assoluta, invece, è spesso affrontata in termini caritativi e valoriali, ma di rado accompagnata da indicazioni operative su come ridurla; infine la povertà estrema finisce per essere relegata ai margini, talora narrata con un linguaggio securitario che la associa a degrado e illegalità. Si tratta di schemi narrativi limitati, che non colgono la multidimensionalità del fenomeno e talvolta possono rinforzare stereotipi. Se, ad esempio, si parla di persone senza dimora quasi solo in relazione a problemi di decoro urbano o sicurezza, è facile che nell'opinione pubblica cresca la stigmatizzazione verso chi è povero, visto come pericoloso o colpevole della propria condizione.

Da questo quadro emerge chiaramente che c'è molto lavoro da fare per migliorare la narrazione pubblica della povertà. Ma allo stesso tempo, riconosciamo e vogliamo valorizzare i segnali positivi. Ci sono esempi di buona informazione, di cronisti e redazioni che scelgono con coraggio di accendere i riflettori sugli "ultimi", offrendo inchieste e reportage approfonditi. Abbiamo visto servizi televisivi capaci di restituire umanità alle statistiche, raccontando le storie di chi vive ai margini con rispetto e sensibilità. Abbiamo letto articoli in cui i dati sulla povertà vengono spiegati con chiarezza e rigore, senza sensazionalismi ma anche senza indifferenza. Tutto questo dimostra che un altro modo di comunicare la povertà è possibile.

In fondo, dare centralità nel discorso pubblico a chi è povero significa prendere sul serio il principio, umano e cristiano, che la dignità di ogni persona è inviolabile. Significa mettere al centro i valori della solidarietà e della giustizia sociale. I media, nel loro migliore esercizio, sono chiamati a essere cassa di risonanza dei diritti negati, delle istanze che vengono dal basso, delle storie che possono smuovere le

coscienze. Non possiamo permettere che i più poveri restino solo cifre in un comunicato o casi rispetto ai quali impietosirsi in un trafiletto di cronaca. Dobbiamo incontrarli, ascoltarli e poi raccontarli con rispetto e verità, affinché trovino posto nella mente e nel cuore di tutti.

È qui che risuona con forza l'appello di Papa Leone XIV a non rassegnarsi alla *globalizzazione dell'indifferenza e dell'impotenza*, che rischia di trasformare anche l'informazione in un flusso che scorre senza lasciare traccia. Contrastare questa deriva significa investire in una *cultura dell'attenzione*, in grado di restituire profondità ai fatti e alimentare una *coscienza critica* che non si limiti a consumare notizie, ma sappia leggerle, comprenderle e lasciarsi interrogare. Anche il modo in cui raccontiamo la povertà contribuisce, nel bene o nel male, a costruire questo orizzonte culturale.

Questo contributo vuole essere, innanzitutto, un ringraziamento e un incoraggiamento rivolto al mondo dell'informazione. Ringraziamento per tutto ciò che già si fa, spesso senza clamori, per illuminare le periferie sociali e dare voce a chi soffre. Incoraggiamento a proseguire su questa strada, rafforzando un'alleanza virtuosa tra media, società civile e istituzioni per combattere la povertà non solo con le politiche e i servizi, ma anche con le parole giuste. Raccontare bene la povertà, infatti, è *una forma di cura e di servizio al Paese*, perché contribuisce a creare consapevolezza diffusa, stimolare risposte solidali, costruire quel consenso necessario affinché nessuno venga lasciato indietro. La "parola pubblica" è un bene comune. Assumiamoci tutti insieme la responsabilità di scegliere i verbi giusti, di ascoltare davvero, di mettere in evidenza ciò che spesso resta fuori campo.

LA POVERTÀ DEI MEDIA. IL RACCONTO DELLE POVERTÀ NEI TELEGIORNALI, NEI TALK SHOW E NEI SOCIAL

di Monia Azzalini¹ e Giuseppe Milazzo²

INTRODUZIONE

Secondo stime della Banca Mondiale, aggiornate al 2024, 622 milioni di persone vivono in condizioni di povertà estrema, con meno di 2,15 dollari al giorno, mentre altri 3,5 miliardi di individui - quasi la metà della popolazione mondiale - sopravvivono con meno di 7 dollari al giorno. La concentrazione più elevata di povertà si registra nell'Africa subsahariana e nell'Asia meridionale, ma il fenomeno ha dimensione globale. Guerre, crisi climatiche e pandemie hanno contribuito ad aggravare la situazione, rallentando i progressi verso l'obiettivo di eliminare la povertà fissato dall'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite, sottoscritta da 193 paesi tra cui l'Italia, per il 2030³.

In Italia, i dati Istat del 2023 mostrano come oltre 2,2 milioni di famiglie (l'8,4% del totale) e quasi 5,7 milioni di individui (9,7% della popolazione residente) si trovino in condizioni di povertà assoluta⁴. Le rilevazioni Eurostat confermano che il Paese è esposto a un rischio di vulnerabilità superiore alla media europea: nel 2024 il 21,0% della popolazione dell'Unione era a rischio di povertà o esclusione socia-

¹ Monia Azzalini, ricercatrice senior associata all'Osservatorio di Pavia, istituto di ricerca indipendente specializzato nell'analisi dei media. Le sue principali aree di ricerca riguardano le questioni di genere, diversità, equità e inclusione; la comunicazione pubblica e politica, l'informazione e il giornalismo. Ha all'attivo oltre cinquanta fra pubblicazioni scientifiche e divulgative.

² Giuseppe Milazzo è ricercatore associato presso l'Osservatorio di Pavia. Con 25 anni di esperienza in missioni internazionali di osservazione elettorale, è specializzato in analisi del contenuto (quantitativa e qualitativa). La sua ricerca si focalizza su pluralismo politico e sociale nei media, media e migranti, disinformazione, discorsi d'odio e il ruolo dei media nelle questioni di genere e inclusione sociale. È autore o co-autore di diverse pubblicazioni su questi temi.

³ <https://www.worldbank.org/en/publication/poverty-prosperity-and-planet#:~:text=Based%20on%20the%20current%20trajectory%2C%20622%20million,who%20did%20so%20between%202013%20and%202019.>

⁴ <https://www.istat.it/comunicato-stampa/la-poverta-in-italia-anno-2023/>

le, con valori per l'Italia stabilmente più alti⁵. A ciò si aggiungono i dati provenienti dai Centri di Ascolto della rete Caritas, che segnalano un costante aumento delle persone assistite, evidenziando come l'occupazione, da sola, non rappresenti più una garanzia contro l'indigenza⁶. E il primo bilancio di Caritas italiana sull'Assegno di inclusione, che dal gennaio 2024 ha sostituito il Reddito di cittadinanza, evidenzia **"una contrazione della platea dei beneficiari del 40-47%",** senza che questo abbia migliorato l'efficacia nel raggiungere i più fragili. Sono infatti escluse molte famiglie in età da lavoro senza figli, lavoratori poveri, stranieri e nuclei residenti nel Centro-Nord. In particolare, le famiglie straniere – pur con un allentamento del requisito di residenza – risultano ulteriormente penalizzate dalla nuova scala di equivalenza⁷. Queste evidenze sottolineano il carattere strutturale del fenomeno e la necessità di un'attenzione pubblica sistematica e continua.

Il presente rapporto di ricerca si propone di analizzare la rappresentazione mediale della povertà e anche dell'esclusione sociale, perché, la povertà, contrariamente a una visione riduttiva, che la identifica esclusivamente con la mancanza di risorse economiche, è un fenomeno multidimensionale che riguarda anche la privazione di opportunità e pratiche di partecipazione sociale fondamentali per la dignità umana e la piena cittadinanza.

Questa privazione si declina in forme molteplici e interconnesse. Tra esse vi è la povertà abitativa, legata alla difficoltà di accedere a un'abitazione adeguata; la povertà lavorativa, che riguarda coloro che, pur occupati/e, percepiscono un reddito insufficiente; e la povertà energetica, che segnala l'impossibilità di accedere a servizi essenziali come elettricità e riscaldamento. Altre dimensioni rilevanti sono la povertà educativa e culturale, che limita le opportunità di apprendimento; la povertà sanitaria, quando le persone sono costrette a rinunciare a cure necessarie per motivi economici o di accesso; e la povertà ambientale o climatica, che deriva dall'esposizione a un ambiente degradato a rischi climatici o dalla mancanza di risorse ambientali di qualità. Vi sono poi la povertà di genere, o femminilizzazione della povertà, che evidenzia come le donne ne siano colpite in misura sproporzionata rispetto agli uomini; la povertà minorile, che priva bambini e adolescenti di risorse materiali e immateriali indispensabili per il loro sviluppo e compromette le loro prospettive di vita; e, infine, la povertà relazionale, che riguarda condizioni di solitudine, isolamento ed esclusione sociale.

In questo contesto, l'obiettivo di questo 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.

.....
⁵ https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Living_conditions_in_Europe_-_poverty_and_social_exclusion&action=state&seat&lang=it

⁶ <https://www.caritas.it/la-poverta-in-italia-secondo-i-dati-della-rete-caritas-2/>

⁷ <https://www.caritas.it/la-sfida-del-contrasto-alla-poverta-dati-esperienze-prospettive/>

L'analisi è stata guidata dalle seguenti 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?
- Chi parla di povertà ed esclusione sociale?
- Come ne parlano i soggetti coinvolti?
- Qual è il lessico della povertà e dell'esclusione sociale?
- Quali narrative emergono attorno a povertà ed esclusione sociale?
- Sono presenti stereotipi? Se sì, quali?
- Si riscontrano giudizi di valore? Se sì, quali?
- Quali similitudini e differenze emergono tra i diversi tipi di media?

Per rispondere a queste domande si è adottato un approccio quali-quantitativo, analizzando diversi ambienti mediali, 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: i telegiornali, i talk show televisivi e i post social di giornalisti di ampia popolarità.

Il rapporto si apre con una nota di metodo, che descrive il campione e gli strumenti di analisi utilizzati, seguita da una sintesi dei principali risultati, articolata per telegiornali, talk show e giornalisti più attivi sui social (Facebook-Meta). Seguono tre sezioni dedicate ai risultati delle analisi puntuali dei tre diversi generi informativi. A conclusione, vengono proposte alcune riflessioni che mettono in evidenza elementi positivi, criticità riscontrate e suggerimenti per un'informazione più ampia, articolata e consapevole sulle povertà, capace di restituirne le molteplici dimensioni e di alimentare un dibattito pubblico costruttivo.

DATI E METODO

Telegiornali

L'analisi dei telegiornali di prima serata è stata condotta utilizzando l'archivio di indicizzazione dei sette telegiornali a diffusione nazionale trasmessi in fascia *prime time* dell'Osservatorio di Pavia (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 spettatori⁸. Questo archivio raccoglie tutte le notizie trasmesse, classificandole per variabili di contesto e di contenuto. Il periodo preso in esame in questa indagine va dal 15 settembre 2024 al 15 giugno 2025.

Complessivamente sono state analizzate **1.912 edizioni** (755 nel 2024 e 1.157 nel 2025). L'individuazione delle notizie relative alle povertà è stata effettuata tramite ricerca per parole chiave sull'intero *corpus* di **33.217 notizie** indicizzate.⁹ Il risultato ha restituito **708 notizie pertinenti**, pari al **2%** dell'intera agenda dei notiziari.

Sul piano della distribuzione per rete, la Rai concentra più della metà delle notizie pertinenti (53,5%), seguita da Mediaset (39,5%) e da La7 (7%). Tuttavia, se si osserva il peso delle notizie sulle povertà all'interno della produzione complessiva di ciascun Tg, emerge che i notiziari più permeabili sono il Tg4 (2,8%), seguito da Tg3 e Tg2 (entrambi al 2,4%), Tg5 (2,2%), Tg1 (2%), Tg La7 (1,6%) e, infine, Studio Aperto (1,5%). Le differenze tra le testate restano comunque contenute, con scostamenti dalla media inferiori allo 0,7%.

⁸ Fonte: <https://www.primaonline.it/2025/08/07/448908/il-mercato-italiano-delle-comunicazioni-vale-56-miliardi-di-euro-35/>

⁹ Per la costruzione del corpus sono state ricercate nei testi di trascrizione delle notizie dei notiziari le seguenti parole chiave: povertà, deprivazione, pover-, impoverimento, impoverit-, esclusione sociale, marginalità sociale, arriv- alla fine del mese, tira- alla fine del mese, essere (è, sono) al verde, sbarca- il lunario, emarginazione, emarginat-, indigenza, indigent-, senza tetto, senzatetto, senza dimora, senza fissa dimora, homeless, clochard, barbon-. Le trascrizioni dei testi sono state realizzate con strumenti automatici di riconoscimento e successiva correzione assistita dall'intelligenza artificiale. L'analisi di affidabilità ha rilevato 185 errori di corrispondenza tra unità di analisi (notizia) e relativo testo, pari a un'incidenza dello 0,56%. Considerato il valore molto contenuto e inferiore all'1%, si è deciso di procedere alle elaborazioni sul corpus così costruito.

Tabella 1. *Notizie sulle povertà. Distribuzione per TG.*
Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025

TG	Notizie (N)	Notizie (distribuzione %)	Notizie (Tot N)	Notizie pertinenti (incidenza%)
TG3 (ore 19:00)	128	18,1%	5.344	2,4%
TG1 (ore 20:00)	127	17,9%	6.397	2,0%
TG2 (ore 20:30)	124	17,5%	5.217	2,4%
TG5 (ore 20:00)	116	16,4%	5.387	2,2%
TG4 (ore 18:55)	108	15,3%	3.892	2,8%
Studio Aperto (ore 18:30)	56	7,9%	3.856	1,5%
Tg La7 (ore 20:00)	49	6,9%	3.124	1,6%
Totale	708	100,0%	33.217	2,1%

I 708 servizi individuati come pertinenti sono stati sottoposti a un’analisi quali-quantitativa attraverso una scheda costruita ad hoc, che ha permesso di osservare: la centralità o marginalità del tema; la tipologia di povertà (estrema, assoluta, relativa); le forme (materiali o immateriali); le dimensioni (unidimensionali o multidimensionali); le categorie specifiche prevalenti (abitativa, lavorativa, alimentare, culturale, ecc.); il contesto geografico; i gruppi sociali coinvolti; la presenza di statistiche a supporto di una comprensione puntuale del fenomeno; l’eventuale presenza di stereotipi o pregiudizi; i *frame* narrativi dominanti e, infine, il profilo degli attori e delle fonti citate.

Sul *corpus* di trascrizioni delle notizie dei telegiornali pertinenti le povertà è stata condotta un’analisi testuale utilizzando il software Iramuteq, con l’obiettivo di rilevare *cluster* identificativi delle diverse classi semantiche associate al tema delle povertà e delle relazioni fra loro.¹⁰

Talk show

Questa sezione prende in esame la rappresentazione delle povertà all’interno di un campione di talk show televisivi trasmessi in prima e seconda serata da Rai, Mediaset, La7 e Nove durante la stagione televisiva 2024-25, nel periodo compreso tra il 15 settembre 2024 e il 15 giugno 2025.

Il monitoraggio ha incluso **18 programmi**, distribuiti sui quattro network considerati, per un totale di **1.218 puntate** corrispondenti a **1.822 ore e 39 minuti**

¹⁰ L’analisi delle corrispondenze lessicali (ACL) si fonda sull’analisi delle corrispondenze multiple (ACM) applicate a dati testuali, con l’eventuale marcatura di variabili di contesto, in questo caso alcune variabili della scheda di analisi del contenuto adoperata. Il software adoperato è IRaMuTeQ (www.iramuteq.org). Il corpus di testo comprende 707 notizie dei Tg, 238.998 occorrenze lessicali, 14.283 forme distinte e 6.379 forme univoche.

di programmazione. Attraverso il lavoro di indicizzazione sui temi e sugli ospiti svolto dall'OdP, è stato possibile verificare la presenza del tema "povertà" e individuare i segmenti pertinenti, oltre a identificare i soggetti coinvolti nella discussione. L'individuazione dei contenuti è avvenuta mediante ricerca per parole chiave, le stesse adoperate per i notiziari, sull'intero *corpus* di trasmissioni.

Il risultato di questa prima analisi ha restituito un campione di **78 puntate (pari al 6% del totale)** contenenti almeno un segmento in cui il tema della povertà è stato trattato 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.

Tabella 2. Puntate di talk show monitorate e quota di pertinenza sul tema delle povertà. Reti: Rai, Mediaset, La7 e Nove. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025

Puntate	Puntate (N)	Puntate (%)
Puntate pertinenti	78	6%
Puntate non pertinenti	1.140	94%
Totale	1.218	100%

Analizzando la distribuzione delle puntate pertinenti per network, si osserva una certa varietà, con una **prevalenza di Mediaset**, che raccoglie il **37% delle puntate** in cui si è parlato di povertà. Seguono Rai (29%) e La7 (28%), mentre la rete Nove risulta marginale, anche perché rappresentata da un solo programma (Che tempo che fa).

Tabella 3. Puntate di talk show sulle povertà. Distribuzione per network: Rai, Mediaset, La7 e Nove. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025

Distribuzione dei programmi pertinenti per network	Puntate pertinenti (N)	Puntate pertinenti (%)
Mediaset	29	37%
La 7	23	29%
Rai	22	28%
Nove	4	5%
Totale	78	100%

Dal punto di vista dei **tempi di discussione**, le 78 puntate pertinenti hanno dedicato complessivamente **529 minuti (8 ore e 49 minuti)** al tema. Il dato appare relativamente limitato se rapportato al monte ore complessivo delle trasmissioni analizzate, ma consente di individuare alcune tendenze interessanti.

Il programma che ha riservato più spazio alla povertà è **Dritto e rovescio** (Rete 4), con **189 minuti** complessivi. Sempre su Rete 4 si distinguono **4 di sera** e **4 di**

sera weekend, che insieme hanno totalizzato **102 minuti**. Nel complesso, dunque, Mediaset concentra la propria copertura su un unico canale, Rete 4, attraverso format con una forte vocazione all’approfondimento politico-sociale.

Anche La7 si colloca su livelli significativi, grazie soprattutto a **In altre parole (54 minuti)** e **Di Martedì (33 minuti)**, mentre gli altri talk show della rete riservano solo spazi occasionali. Per quanto riguarda Rai, la copertura risulta più frammentata e distribuita tra le tre reti: **Tango (Rai2, 24 minuti)**, **Far West (Rai3, 21 minuti)** e **Lo stato delle cose (Rai3, 10 minuti)** sono i programmi che hanno dedicato maggiore attenzione, mentre format consolidati come Porta a porta o Tg2 Post vi hanno fatto cenno solo sporadicamente. Sul Nove, come detto, l’attenzione al tema passa esclusivamente dal programma settimanale **Che tempo che fa**, che ha dedicato alla povertà **9 minuti** in tutta la stagione.

Tabella 4. Puntate dei talk show pertinenti le povertà, per rete e tempo complessivo di intervento. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025

Rete	Programma	Minuti
Retequattro	Dritto e rovescio	189
	4 di sera	70
	4 di sera weekend	32
	Zona Bianca	19
	Quarta Repubblica	16
	Fuori dal coro	13
LA7	In altre parole	54
	Di martedì	33
	Otto e mezzo	13
	In Onda	9
	Piazza pulita	2
Raitre	Far West	21
	Lo stato delle cose	10
Raidue	Tango	24
	Tg2 Post	4
Raiuno	Porta a Porta	6
	XXXI Secolo - Quando il presente diventa futuro	5
Nove	Che tempo che fa	9
Totale		529

Le 78 puntate così individuate sono state sottoposte a un’**analisi quali-quantitativa** basata sulla medesima scheda di rilevazione usata per i telegiornali.

Influencer su Facebook

Per estendere lo sguardo ai media digitali, la ricerca ha incluso anche l'analisi di post pubblicati su Facebook da giornalisti e giornaliste italiani fra i più attivi sui social. Sono stati scelti i profili più ricorrenti nella classifica "Top15 giornalisti sui social" di Sensemakers¹¹, nel periodo compreso tra il 15 settembre 2024 e il 15 giugno 2025, escludendo quelli focalizzati sul mondo del calcio, o dello sport più in generale.

Questo criterio di selezione ha restituito un 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**.

Tabella 5. Elenco dei giornalisti tra i "Top 15 più social" selezionati per l'indagine. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025

Giornalista	Follower
Roberto Saviano	2.561.933
Andrea Scanzi	2.201.451
Marco Travaglio	1.791.341
Selvaggia Lucarelli ¹²	1.519.819
Enrico Mentana	1.384.282
Salvo Sottile	866.725
Nicola Porro	789.478
Lorenzo Tosa	745.675
Roberto Giusti (Robby Giusti)	446.084
Angela Marino	306.766
Fabio Salamida	278.068
Mario Natangelo	82.190
Totale post	18.904

Un'interrogazione della Meta Content Library, uno strumento che consente a istituti di ricerca accreditati, qual è OdP, di accedere ai contenuti dei social media di proprietà Meta, ha permesso di selezionare tutti i post di Facebook dei 12 account campione con riferimento al tema della povertà, tramite le stesse parole chiave usate per la selezione dei segmenti di talk show TV e notizie dei TG.

La ricerca ha restituito un **esiguo numero di post, 146** in tutto, pari allo **0,8% del totale**. 3 su 12 giornalisti non hanno pubblicato nessun post sulla povertà, 5 ne hanno pubblicati meno di 10, solo 4 ne hanno pubblicati più di 20, fino al massimo di 54.

¹¹ <https://sensemakers.it/news/>

¹² Selvaggia Lucarelli continua a essere inclusa nella lista dei giornalisti più attivi sui social anche se, per precisione, dal 2023 non è più iscritta all'Ordine dei Giornalisti: https://it.wikipedia.org/wiki/Selvaggia_Lucarelli

Tabella 6. *Post sul tema della povertà pubblicati dai 12 account Facebook analizzati.*
Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025

Giornalista	Post pertinenti (N)	Post pertinenti (incidenza %)	Post pubblicati (Tot N)
Salvo Sottile	54	0,9%	5.872
Fabio Salamida	26	2,2%	1.169
Lorenzo Tosa	24	2,5%	942
Marco Travaglio	23	0,5%	4.661
Robby Giusti	6	0,4%	1.503
Angela Marino	5	0,9%	557
Roberto Saviano	4	2,1%	187
Nicola Porro	3	0,1%	3.104
Mario Natangelo	1	0,3%	370
Andrea Scanzi	0	0,0%	377
Selvaggia Lucarelli	0	0,0%	149
Enrico Mentana	0	0,0%	13
Totale	0,8%	146	18.904

I post selezionati sono stati successivamente sottoposti a un’analisi del contenuto quali-qualitativa attraverso la scheda di rilevazione utilizzata anche per TG e talk show TV, in modo da poter comparare i risultati fra i tre diversi generi informativi inclusi nel campione della ricerca.

SINTESI DEI PRINCIPALI RISULTATI

Telegiornali

- Nei principali TG italiani, nel periodo settembre 2024 - giugno 2025, il tema della povertà è stato trattato in **708 notizie su 33.217 indicizzate, pari al 2% dell'intera agenda**: una copertura episodica e legata a eventi eccezionali, celebrazioni simboliche o fatti di cronaca.
- Sul piano della distribuzione per rete, la **Rai** concentra oltre la metà delle notizie pertinenti (**53,5%**), seguita da Mediaset (39,5%) e da La7 (7%). Tuttavia, se si osserva il peso delle notizie sulle povertà all'interno della produzione complessiva di ciascun Tg, emerge che i notiziari più permeabili sono il Tg4 (2,8%), seguito da Tg3 e Tg2 (entrambi al 2,4%), Tg5 (2,2%), Tg1 (2%), Tg La7 (1,6%) e, infine, Studio Aperto (1,5%). Le differenze tra le testate restano comunque contenute, con scostamenti dalla media inferiori allo 0,7%.
- La distribuzione temporale evidenzia **quattro picchi** principali: **novembre 2024** (elezioni USA, G20 a Rio de Janeiro, legge di bilancio, iniziative natalizie), **dicembre 2024** (rivolta in Siria, crisi industriale, emergenze natalizie, appelli di Papa Francesco), **aprile 2025** (morte di Papa Francesco e funerali, iniziative sociali, lavoro povero) e **maggio 2025** (elezione di Papa Leone XIV, Primo Maggio, dati Eurostat, cronaca urbana). In generale, la povertà è centrale nel 27% delle notizie, marginale nel restante 73%, suggerendo una trattazione del tema prevalentemente accessoria.
- Per tipologia, **prevale la povertà assoluta (41%)**, seguita da quella relativa (29%) e estrema (17%). Nel 14% dei servizi queste diverse forme vengono combinate, offrendo rappresentazioni più articolate.
- Il **74% delle notizie si concentra sulla povertà materiale**, mentre un quarto (24%) integra dimensioni immateriali.
- Nel **62% dei servizi il tema è trattato in chiave unidimensionale**, nel 38% multidimensionale.
- Tra le categorie specifiche, **la maggioranza dei servizi si riferisce alla povertà in generale (53%)**, seguita dalla povertà abitativa (29%), lavorativa (18%), relazionale (12%) e alimentare (11%). Altre forme, come povertà sanitaria, minorile, femminile, ambientale/climatica, energetica o culturale/educativa, compaiono marginalmente.
- La **prospettiva geografica è prevalentemente nazionale (49%)**, con focus sull'Italia in generale nel 30% dei servizi, l'Italia delle aree urbane nel 17%,

mentre l'Italia delle periferie e delle zone rurali restano poco rappresentate, con percentuali di copertura rispettivamente del 3% e dello 0,1%. Riferimenti internazionali riguardano il mondo in generale (32%), gli Stati Uniti (5%), l'Europa, il Centro-Sud America, l'Asia (4% ciascuno) e l'Africa (2%), indicando una copertura selettiva e orientata a contesti percepiti evidentemente come più rilevanti per il pubblico italiano.

- **I gruppi sociali più citati sono le persone povere in generale (60%), senz'altro (24%),** lavoratori/trici e immigrati/e (entrambi 17%). Famiglie, vittime di catastrofi, giovani e bambini/e compaiono in misura minore, mentre donne, anziane/i e altre minoranze sono marginalizzate. Questa rappresentazione tende a concentrarsi su categorie emblematiche di persone in povertà, rischiando di far perdere di vista la diversificazione sociale del fenomeno.
- **L'uso di dati e statistiche è limitato:** solo l'8% dei servizi fornisce informazioni quantitative, mentre il 92% si basa su narrazione senza contesto empirico.
- **Le associazioni con stereotipi o pregiudizi emergono nel 18% dei servizi,** principalmente collegando povertà a criminalità (13,6%) o background migratorio (10,5%). Altre associazioni negative riguardano dipendenze (da alcol o droga, per esempio), disagi mentali, cattiva igiene, incapacità o passività.
- Il **frame prevalente** è quello **solidaristico/caritatevole (47%),** caratteristico dei molti servizi dedicati a Papa Francesco e al suo impegno per le persone povere, e politico-economico (40%), mentre la cornice securitaria appare nel 9% dei servizi.
- Le categorie tematiche più rappresentate sono **religione (18%),** cronaca (13%), politica interna ed estera (12% ciascuna), questioni sociali (11%), economia (10%) e criminalità (9%). Altre aree – cultura, costume, difesa, ambiente, salute, sport, istruzione, giustizia – sono marginali, mostrando come la povertà venga trattata prevalentemente in relazione a eventi simbolici, emergenze e dibattiti politico-economici.
- Tra i **soggetti intervistati o citati, prevalgono rappresentanti del mondo politico e istituzionale nazionale (29%),** seguiti da soggetti della cronaca (20%), confessionali (14%) e associazioni/volontariato (13%). Giornalisti/e e *opinion maker* occupano il 7% del tempo di parola, mentre esperti/e di economia, rappresentanti delle associazioni sindacali, istituti di ricerca e altre categorie hanno un ruolo marginale.
- **L'analisi testuale dei TG ha individuato tre cluster principali: la sfera religiosa (40%),** con un lessico valoriale e solidaristico legato soprattutto al Papa e alla Chiesa; la sfera politico-economica (36%), centrata sul dibattito istituzionale e sulle misure di welfare; e la sfera securitaria (24%), che associa tra di loro la povertà estrema, il degrado urbano e fenomeni di micro-criminalità.

- Dalla mappa emerge una **gerarchia nella rappresentazione**: la **povertà relativa è rappresentata come terreno di scontro politico**; la **povertà assoluta è affrontata in termini morali e valoriali**, spesso senza indicazioni operative; mentre la **povertà estrema è relegata ai margini, narrata con *frame* securitari che la associano a devianza e illegalità**, contribuendo così a rafforzarne la stigmatizzazione.

Talk show

- Su **1.218 puntate**, pari a 1.822 ore e 39 minuti di programmazione dei 18 talk show monitorati, **solo 78, pari al 6% del totale, hanno affrontato il tema della povertà**. Complessivamente, lo spazio dedicato è stato di 529 minuti (8 ore e 49 minuti), una copertura modesta se confrontata sia con il monte ore complessivo sia con l'aumento delle povertà in Italia.
- Analizzando la distribuzione delle puntate sul tema delle povertà per network, **Mediaset raccoglie il 37% delle puntate pertinenti**, seguita da Rai (29%) e La7 (28%). Il Nove resta marginale, anche perché rappresentato da un solo programma della rete.
- **L'attenzione è risultata discontinua** nel periodo settembre 2024 - giugno 2025, con **tre picchi: dicembre 2024** (manovra economica e iniziative di solidarietà natalizie), **aprile 2025** (morte di Papa Francesco) e **maggio 2025** (Primo Maggio e campagna per i referendum sul lavoro).
- **Nell'83% dei casi la povertà è stata trattata nei talk show come tema centrale del dibattito**, mentre nel 17% ha avuto un ruolo marginale, emergendo nella trattazione di altri argomenti.
- Nei talk show **la forma più discussa è la povertà relativa (56%)**, intesa come condizione di vita al di sotto dello standard medio della società di riferimento, seguita dalla povertà assoluta (8%), legata alla privazione di beni e servizi essenziali per la sussistenza, e da quella estrema (3%), che si associa a condizioni di miseria e rischio di sopravvivenza. Un terzo degli interventi (33%), invece, combina più livelli di povertà - relativa, assoluta ed estrema - , intrecciando dati e riferimenti generici.
- **Il 76% del tempo si concentra sulla povertà materiale** (reddito, beni e servizi), mentre solo il 24% affronta aspetti immateriali come capitale sociale e culturale.
- **Prevale, però, un approccio multidimensionale (59%)**, che riconosce la povertà come fenomeno complesso legato a salute, istruzione, relazioni sociali e partecipazione politica; anche se nel 41% dei casi resta confinata a un'ottica unidimensionale, quasi sempre economica.

- Tra le categorie specifiche, **emerge soprattutto la povertà lavorativa (57%)**, seguita da quella abitativa (22%), dalla povertà generica (19%), dagli anziani (16%) e dalla povertà relazionale (14%). Altre tipologie (energetica, femminile, culturale/educativa, alimentare, sanitaria, ambientale/climatica) compaiono solo sporadicamente.
- **La prospettiva geografica è quasi esclusivamente nazionale** avendo come riferimento prevalente **l'Italia in generale (70%)**, più raramente **le periferie (11%) e le aree urbane (11%)**. Marginale la dimensione internazionale (3%), con assenza quasi totale di riferimenti all'Africa.
- I gruppi sociali più rappresentati sono i lavoratori e le lavoratrici (62%), seguiti dalle persone anziane (30%) e povere in generale (20%). Giovani (13%), donne (12%), persone senz'attec (7%) e immigrati/e (6%) compaiono meno, mentre bambini/e e altre minoranze sono quasi assenti.
- **Solo un terzo degli interventi (32%) ricorre a dati o statistiche**: nella maggior parte dei casi il dibattito si affida a opinioni e dichiarazioni.
- **La povertà viene talvolta associata a connotazioni negative: nel 10% dei casi a criminalità o sfruttamento delle risorse pubbliche**, nel 6% a presunti difetti personali; più marginali i riferimenti a dipendenze (da alcol o sostanze stupefacenti), cattiva igiene o background migratorio (tutti al 2%).
- **Il frame prevalente è quello politico-economico (52%)**, seguito dalla combinazione tra politico e solidaristico (33%). Il racconto esclusivamente solidaristico/caritatevole è minoritario (16%).
- **Le politiche di contrasto alla povertà sono il tema più trattato (52%)**, spesso discusso in chiave di scontro politico. Seguono degrado/criminalità (16%) e storie di vita (16%), con il rischio, nel primo caso, di rinforzare stereotipi che stigmatizzano le persone in povertà. Volontariato e solidarietà attestano un'attenzione del 9%, la povertà come fenomeno strutturale (5%) e i dati empirici specifici (2%) restano argomenti marginali.
- **Dei 520 minuti di parola affidati agli ospiti, un terzo (32%) è stato occupato da giornalisti/e e opinioniste/i**, seguiti da rappresentanti del mondo politico e delle istituzioni (24%), e gente comune (13%). Tutte le altre categorie – mondo economico e finanziario, associazioni, sindacati, professioni, cultura, religione, spettacolo, giustizia – hanno avuto un peso minore, segnalando la centralità di voci dell'informazione e della politica nel racconto. Residuale la presenza di voci direttamente legate alle persone in povertà o agli operatori di prossimità.
- Dal punto di vista del **genere**, permane una **forte disparità**: gli uomini hanno parlato per il 67% del tempo, contro il 33% delle donne.

Influencer su Facebook

- L'attenzione verso il tema della povertà dei **12 giornalisti più social** nel periodo compreso fra il 15 settembre 2024 e il 15 giugno 2025 è molto scarsa: **solo lo 0,8% di 18.904 post** pubblicati menziona o tratta questioni di povertà o marginalità sociale.
- **L'attenzione** è non solo scarsa ma anche **discontinua**, con un picco a febbraio 2025, contestuale alla partecipazione al Festival di Sanremo di Simone Cristicchi che ha puntato "sull'urgenza di dare voce a chi non ce l'ha, i malati, i folli, gli emarginati", e uno ad aprile 2025, quando è morto Papa Francesco, ricordato, fra l'altro, per il suo impegno nei confronti delle persone povere ed emarginate.
- La povertà non è quasi mai al centro dei contenuti postati sui Facebook: **nel 79% dei casi è presente a latere di altri nuclei informativi**.
- A prevalere è l'attenzione verso **la povertà assoluta (57%)**, a seguire quella relativa (33%), quella estrema è più marginale (8%).
- Nel **71%** dei post si fa riferimento alla **povertà materiale**.
- La caratteristica multidimensionale della povertà si profila raramente: solo nel 24% dei post.
- Le due categorie generiche **povertà in generale** e **emarginazione in generale** sono le più frequenti, rispettivamente con un'incidenza del 54% e 23%.
- Fra le forme più specifiche, prevale la povertà abitativa (16%).

L'Italia in generale è il contesto geografico più ricorrente (48%), la povertà delle aree urbane emerge in poco più di un post su 10 (14%), l'Italia delle periferie è assente.

- In linea con l'attenzione riservata alle diverse povertà, **le persone povere in generale sono il gruppo più rappresentato (74%)**, seguono le persone senz'atetto (8,2%), lavoratori e lavoratrici (7,5%), vittime di catastrofi ambientali/climatiche (6,2%) e immigrati/e (2,7%). Giovani, bambini/e e famiglie hanno frequenze attorno all'1%. Le persone anziane risultano assenti.
- **Il 97% dei post manca di qualsiasi dato statistico** che sia in grado di inquadrare le dimensioni delle diverse forme di povertà.
- **La povertà emerge prevalentemente in post di politica (34%)**, in cui la povertà non è la questione centrale, ma strumentale al dibattito fra partiti, in particolare allo scontro destra-sinistra.
- Le due categorie tematiche più consone a una trattazione focalizzata sulla povertà come condizione di deprivazione economica, da un lato, e sociale/rela-

zionale, dall'altro, sono invece le meno frequenti: **economia e lavoro solo il 5% e questioni sociali solo l'1%.**

- **Il 53% dei post ha una cornice narrativa politico/economica**, il 39% solidaristico/caritatevole.
- **Il *frame* securitario (9%) caratterizza solo post di cronaca**, ma ne caratterizza solo il 29%; **il 53% di questi post infatti ha un *frame* solidaristico/caritatevole**, testimoniando **la prevalenza di uno sguardo più compassionevole che impaurito** sulle storie di vita, e spesso di violenza, delle persone povere o ai margini della società al centro della cronaca.
- **Un terzo dei post contiene almeno uno stereotipo**, ovvero la correlazione della povertà con qualche condizione altra/diversa dalla povertà ma pregiudizievole 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 che, provocatoriamente, colpevolizzano una parte della popolazione coincidente con l'elettorato di destra che ha votato Trump negli Stati Uniti e l'attuale maggioranza di Governo in Italia, per la loro (supposta) incapacità di votare per leader in grado di migliorare le loro condizioni di vita.

RISULTATI DI ANALISI: TG DI PRIMA SERATA

Una copertura episodica

La presenza del tema della povertà nei TG monitorati appare discontinua lungo l'arco temporale considerato (settembre 2024 - giugno 2025). La distribuzione non segue un andamento costante, ma si concentra in alcuni momenti specifici, in corrispondenza di eventi politici, sociali o di cronaca che innalzano l'attenzione sul tema. In particolare, emergono quattro picchi principali che scandiscono l'agenda dei nove mesi esaminati.

Novembre 2024 segna il primo picco, dovuto a un intreccio di notizie di carattere sia internazionale sia nazionale. Sul piano estero, i telegiornali si soffermano sull'impoverimento degli Stati Uniti, parlando delle aspettative riposte nelle elezioni presidenziali; sugli appelli di Papa Francesco in occasione della Giornata mondiale della povertà; sulle iniziative contro la fame e la povertà promosse durante il G20 di Rio de Janeiro e sulle richieste - in gran parte rimaste inascoltate - dei paesi più poveri al vertice climatico COP29 di Baku. In ambito interno, invece, le aperture si concentrano sul dibattito politico attorno alla legge di bilancio, con particolare attenzione ai riflessi sulle fasce più vulnerabili; sull'approvazione in Parlamento della legge che garantisce il diritto al medico di base alle persone senza fissa dimora; sulla pubblicazione del rapporto Caritas 2024 e su alcuni fatti di cronaca ad alto impatto simbolico, come l'omicidio di un senzatetto di origini indiane in un casolare di Bari. Completano il quadro altri servizi di carattere sociale, come quelli che coprono la colletta alimentare promossa dalla Fondazione Banco Alimentare; le tensioni nel quartiere Corvetto di Milano - con scontri e proteste giovanili seguite alla morte di Ramy Elgaml, in cui emergono i temi di marginalità e povertà -; lo sciopero generale indetto da Cgil e Uil contro la legge di bilancio.

Dicembre 2024 rappresenta il secondo picco di copertura, trainato da una combinazione di fattori politici, sociali e religiosi. Sul fronte internazionale, spazio viene dato alla rivolta in Siria, che ha portato alla caduta di Bashar al-Assad, raccontata anche attraverso il drammatico impoverimento della popolazione. Altre notizie richiamano i dati ONU sulla povertà estrema nel mondo e gli appelli di Papa Francesco, che, alla vigilia del Giubileo, insiste sulla remissione del debito per i paesi più poveri. In Italia, invece, l'attenzione si concentra ancora sul confronto politico intorno alle misure economiche contro la povertà e il lavoro povero; sul messaggio del Presidente Mattarella in occasione della Giornata mondiale del volontariato; sulla crisi industriale legata a Stellantis; sul rischio di impoverimento del ceto medio. Al contempo, i notiziari raccontano le numerose iniziative

di solidarietà tipiche del periodo natalizio: dai regali solidali alle distribuzioni di pasti da parte della Comunità di Sant'Egidio, fino alle code al Pane Quotidiano di Milano. Non mancano i richiami a dati ufficiali sull'andamento della povertà, come quelli diffusi dall'Istat, e ai casi di cronaca che sottolineano la fragilità delle persone senz'atetto, tra cui la morte di due senz'atetto a Roma e Ostia a causa del freddo intenso.

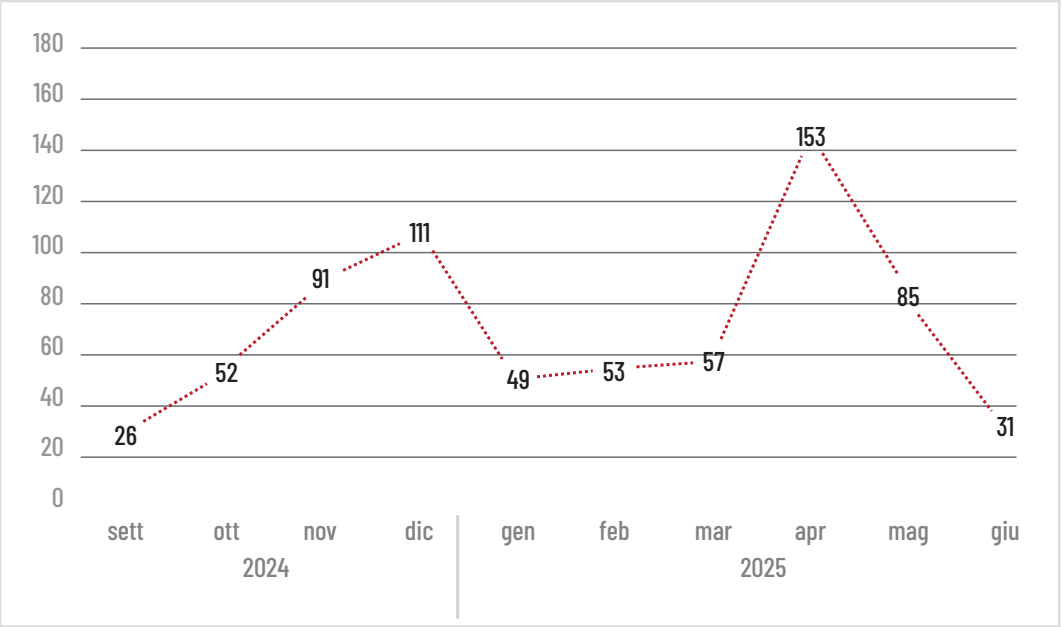
Aprile 2025 segna il momento di maggiore intensità dell'intero periodo, con un picco legato soprattutto alla morte di Papa Francesco. La figura del "Papa dei poveri" viene ricordata in modo trasversale, con servizi che ripercorrono il suo costante impegno a favore delle persone povere ed emarginate. Nei giorni dei funerali, la copertura mediatica sottolinea ripetutamente la cifra sociale e pastorale del suo pontificato, ricollegando il suo operato al tema della povertà. In parallelo, i notiziari danno spazio ad altre notizie legate al fenomeno: i rischi di impoverimento connessi ai dazi imposti dagli Stati Uniti, le iniziative della Croce Rossa Italiana a supporto delle famiglie vulnerabili, un messaggio del Presidente Mattarella sulla povertà sanitaria in occasione della Giornata mondiale della Salute, e il dibattito sul lavoro povero, alimentato in vista dei referendum di giugno. Non mancano inoltre episodi di cronaca, come l'incendio in un giaciglio per senz'atetto a Torino o il femminicidio di Marta Ohryzko a Ischia, uccisa dall'ex compagno senza fissa dimora, eventi che i notiziari collegano anche a condizioni di degrado sociale e marginalità.

Maggio 2025, infine, concentra l'attenzione sul Conclave e sull'elezione di Papa Leone XIV, la cui lunga esperienza missionaria nelle aree più povere del Perù viene richiamata come continuità ideale con il pontificato del suo predecessore. Nello stesso mese, trovano spazio i servizi legati al Primo Maggio e ai referendum sul lavoro dell'8 e 9 giugno, oltre alla pubblicazione dei dati Eurostat, che stimano oltre 93 milioni di persone a rischio povertà nell'Unione Europea. Tra le notizie figurano anche l'inaugurazione dell'Esposizione internazionale alla Triennale di Milano, dedicata alle disuguaglianze, episodi di violenza e aggressioni a persone senza fissa dimora - come quelle avvenute a Firenze e Milano - e iniziative di solidarietà, come la partita di calcio a Milano tra Clochard e Ghisa. Chiudono il quadro i richiami ai dati del rapporto annuale Istat e altri episodi di cronaca urbana, dove la povertà estrema viene spesso associata a situazioni di degrado e insicurezza.

In sintesi, la povertà entra nell'agenda dei telegiornali di prima serata prevalentemente in concomitanza con eventi eccezionali, celebrazioni simboliche, fatti di cronaca e interventi di figure di grande rilevanza pubblica - come il Papa o il Presidente della Repubblica. In questo senso, la copertura appare episodica e legata all'attualità contingente, più che strutturata come un'attenzione costante e sistematica al fenomeno. Ne deriva un'informazione che tende a illuminare la questione in momenti specifici, ma che difficilmente restituisce un quadro conti-

nuativo delle dinamiche sociali e delle condizioni di vita delle persone che vivono in povertà.

Grafico 1. Notizie dei TG sulle povertà. Distribuzione per mese. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025. Base dati: 708



Nel 73% dei servizi, il tema della povertà compare come elemento secondario, un richiamo o un accenno all’interno di notizie che hanno altri focus tematici. Solo nel 27% delle notizie, invece, la povertà è al centro del racconto, occupando gran parte o l’intera copertura del servizio. Questo dato suggerisce come, sebbene il tema sia presente nei TG, la sua trattazione rimanga prevalentemente accessoria rispetto ad altri argomenti, rischiando di sminuirne la rilevanza agli occhi del pubblico.

Tabella 7. Centralità o marginalità del tema povertà nelle notizie dei TG. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025

Centralità/marginalità	Notizie (N)	Notizie (%)
Marginale	516	73%
Centrale	192	27%
Totale	708	100%

Povertà assoluta e materiale in primo piano

La povertà assoluta è la categoria prevalente, con una incidenza del 41%. Questa forma di povertà, intesa come privazione dei beni e servizi essenziali per la

sopravvivenza, emerge soprattutto in notizie legate agli appelli di Papa Francesco e al ricordo del suo pontificato vicino alle persone più povere, dopo la sua morte, che hanno caratterizzato ampiamente l’agenda dei telegiornali nei mesi di aprile e maggio 2025.

Segue la povertà relativa, presente nel 29% dei servizi, spesso associata alle condizioni di impoverimento del ceto medio, al fenomeno del lavoro povero e alle conseguenze della crisi economica sulla capacità di spesa delle famiglie italiane.

La povertà estrema è invece presente nel 17% dei servizi, prevalentemente cronache che coinvolgono persone senz’atetto o che fanno riferimento a situazioni di grave disagio abitativo e sociale.

Il 14% delle notizie combina diverse forme di povertà: per esempio, i servizi che riportano dati di istituti di ricerca o associazioni sullo stato della povertà in Italia spesso intrecciano informazioni economiche, sociali e interventi di solidarietà sul territorio, creando una rappresentazione più articolata e complessa del fenomeno.

Per quanto riguarda le forme della povertà, tre quarti dei servizi si concentra sulla povertà materiale (74%), ovvero sulla privazione tangibile e misurabile di beni e servizi essenziali. In un quarto dei casi le notizie integrano elementi di povertà immateriale (24%), come l’assenza di reti sociali di supporto, il limitato accesso all’istruzione o carenze culturali ed educative, evidenziando come la povertà non sia solo questione economica, ma coinvolga anche la qualità della vita e l’inclusione sociale. Solo in una minima parte dei servizi la povertà immateriale (2%) è trattata da sola, senza riferimenti a privazioni economiche.

La brevità tipica dei servizi dei notiziari influenza anche la rappresentazione delle dimensioni della povertà: nel 62% dei casi, infatti, il tema è trattato in chiave unidimensionale, quasi sempre ridotto all’aspetto economico. Nel restante 38% dei servizi emerge un approccio multidimensionale, in cui la povertà viene mostrata come un fenomeno complesso che intreccia reddito, salute, istruzione e relazioni sociali, offrendo una visione più completa delle difficoltà che le persone affrontano nella vita quotidiana.

Tabella 8. *Tipologia di povertà trattate nei TG. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Tipologia di povertà	Notizie (N)	Notizie (%)
Assoluta	287	41%
Relativa	205	29%
Estrema	117	17%
Combinazione di estrema, assoluta e relativa	99	14%
Totale	708	100%

Tabella 9. *Forme di povertà trattate nei TG. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Forme di povertà	Notizie (N)	Notizie (%)
Materiale	524	74%
Sia materiale sia immateriale	173	24%
Immateriale	11	2%
Totale	708	100%

Tabella 10. *Dimensioni di povertà trattate nei TG. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Dimensioni di povertà	Notizie (N)	Notizie (%)
Unidimensionale	441	62%
Multidimensionale	267	38%
Totale	708	100%

Un racconto astratto

Analizzando le categorie specifiche di povertà, emerge una prevalenza di riferimenti generici: nel 53% dei servizi si parla di povertà in generale, senza menzionarne aspetti specifici, privilegiando una rappresentazione complessiva e astratta dalle sue configurazioni concrete e complesse.

Tra le categorie specifiche, la povertà abitativa è la più trattata (29%), in notizie che riguardano prevalentemente persone senzatetto, emergenze abitative, occupazioni abusive e situazioni di grave precarietà abitativa nelle aree urbane. Seguono la povertà lavorativa (18%), che raccoglie le notizie sull'impoverimento della società, sul dibattito politico relativo al lavoro povero e ai salari bloccati, e la povertà relazionale (12%), legata all'isolamento sociale, alla mancanza di reti di supporto e all'emarginazione. La povertà alimentare compare nell'11% dei servizi, collegata soprattutto a casi di povertà estrema e assoluta, con riferimenti a mense e iniziative di solidarietà per garantire il diritto al cibo.

Le altre forme di povertà compaiono con frequenza residuale: la povertà sanitaria è presente nel 6% dei servizi, spesso con riferimento alla rinuncia alle cure per motivi economici; la povertà minorile nel 5%; la povertà ambientale/climatica, femminile ed energetica ciascuna nel 4%; mentre la povertà delle persone anziane e quella culturale/educativa si fermano al 3%.

Tabella 11. *Categorie specifiche di povertà nei TG. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Categorie specifiche di povertà (risposta multipla)	Notizie (N)	Notizie (%)
Povertà in generale	376	53%
Povertà abitativa	206	29%
Povertà lavorativa	126	18%
Povertà relazionale	87	12%
Emarginazione in generale	84	12%
Povertà alimentare	79	11%
Povertà sanitaria	40	6%
Povertà minorile	37	5%
Povertà ambientale/climatica	30	4%
Povertà femminile	26	4%
Povertà energetica	25	4%
Povertà di anziani/e	24	3%
Povertà culturale/educativa	21	3%

Italia e aree urbane in primo luogo

Analizzando la prospettiva geografica delle notizie, emerge che i notiziari privilegiano il contesto nazionale (49%). Tra queste, il 30% delle notizie si concentra sull'Italia in generale, spesso affrontando questioni legate al ceto medio impoverito, al lavoro povero e alle emergenze abitative urbane. Le aree urbane ricevono attenzione nel 17% dei casi, mentre le periferie italiane appaiono marginalmente (3%), e le aree rurali quasi mai (0,1%).

Fuori dall'Italia, la copertura è selettiva e spesso legata a eventi specifici o a paesi considerati mediaticamente rilevanti: gli Stati Uniti ricevono il 5% dell'attenzione, mentre Europa, Centro-Sud America e Asia ottengono ciascuna il 4%. Il continente africano, pur essendo tra le regioni più colpite dalla povertà, resta marginale nella narrazione televisiva, con solo il 2% delle notizie.

Circa un terzo delle notizie (32%) tratta la povertà in termini generici e globali (codificate come "mondo in generale"), facendo riferimento a dichiarazioni o appelli di organizzazioni internazionali, interventi delle Nazioni Unite o iniziative umanitarie di ampia scala.

In sintesi, l'analisi del contesto geografico mostra che i telegiornali italiani privilegiano una prospettiva nazionale e urbana, integrata solo occasionalmente da riferimenti a povertà globali, con evidenti lacune nella rappresentazione di aree rurali italiane e di molte regioni del Sud del mondo, contribuendo a una visione parziale del fenomeno.

Tabella 12. *Contesto geografico prevalente delle povertà nei TG. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Contesto geografico	Notizie (N)	Notizie (%)
Mondo in generale	227	32%
Italia in generale	210	30%
Italia, aree urbane	117	17%
Stati Uniti	34	5%
Europa	31	4%
Centro-Sud America	26	4%
Asia	25	4%
Italia, periferie	20	3%
Africa	17	2%
Italia, aree rurali	1	0%
Totale	708	100%

Senza volto o senz'atetto

L'analisi dei gruppi sociali coinvolti nella povertà, così come rappresentati dai telegiornali, evidenzia una forte genericità: la maggior parte delle notizie fa riferimento a persone povere in generale, "i poveri" (60%). Questo approccio ricorre spesso quando si riportano dati statistici sulla povertà o quando le notizie trattano fame e povertà a livello globale, senza distinguere profili, età o condizioni particolari delle persone colpite.

Tra i gruppi sociali specifici, le persone senz'atetto risultano le più rappresentate (24%). La loro presenza riflette l'attenzione dei Tg verso la povertà estrema e assoluta. Tuttavia, il racconto mediatico le colloca in cornici ambivalenti: a volte come vittime di difficoltà e degrado urbano, altre volte come minaccia o rischio, associandole a episodi di cronaca nera o presentandole come sospette di reato.

Seguono lavoratori/trici e immigrati/e, entrambi frequenti nel 17% delle notizie. I lavoratori sono al centro prevalentemente di narrazioni sull'impoverimento dell'Italia e dell'Europa, sul lavoro povero e sulla stagnazione salariale, spesso veicolate da rappresentanti del mondo politico e delle istituzioni di cui vengono riportate o direttamente trasmesse le opinioni dai notiziari, per esempio, in notizie sul dibattito politico per l'approvazione della legge di bilancio. Gli immigrati, invece, emergono in altre narrazioni, prevalentemente cronachistiche e incentrate su eventi violenti, in cui condizioni di povertà e marginalità sociale sono collegate a comportamenti antisociali o illegali, come per esempio nei servizi dedicati alle proteste di piazza Corvetto a Milano, dopo la morte di Ramy Elgaml durante un inseguimento da parte dei carabinieri.

Le famiglie e le vittime di catastrofi naturali o eventi straordinari raccolgono rispettivamente il 9% e l'8% delle attenzioni, mentre giovani e bambini/e appaiono in circa il 6% dei servizi, le donne nel 5% e le persone anziane nel 4%. Altre minoranze sono quasi assenti.

Nel complesso, si tratta di una rappresentazione, da un lato, astratta, fatta di “poveri” senza età, genere, status familiare o altre caratteristiche specifiche , e, dall’altro, estrema, fatta di persone senza fissa dimora, senzatetto, clochard ai margini della società.

Tabella 13. Gruppi target di povertà nei TG. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025

Gruppi sociali prevalenti (risposta multipla)	Notizie (N)	Notizie (%)
Persone povere in generale	423	60%
Senzatetto	173	24%
Lavoratori/trici	122	17%
Immigrati/e	120	17%
Famiglie	67	9%
Vittime catastrofi	54	8%
Giovani	45	6%
Bambini/e	41	6%
Donne	32	5%
Anziani/e	25	4%
Altre minoranze	2	0%

Pochi dati e stereotipi latenti

I dati e le statistiche sono utilizzati nei notiziari in modo piuttosto limitato. Solo l'8% dei servizi sulla povertà si avvale di dati quantitativi o studi di istituti di ricerca, associazioni e organismi internazionali (Istat, Caritas, Eurostat, CNEL, OCSE, ONU, UNHCR, Croce Rossa, OMS, studi universitari, sindacati, ecc.). Nella maggioranza dei casi (92%), i servizi affrontano il tema senza fornire contesto statistico, senza rendere visibile l'ampiezza del fenomeno a livello nazionale o internazionale. L'uso delle statistiche è generalmente concentrato in occasione della pubblicazione di rapporti annuali o comunicati ufficiali sulle povertà, mentre nei servizi di attualità quotidiana, l'informazione resta priva di contesto.

Tabella 14. *Presenza di statistiche e dati nei TG. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Dati & Info	Notizie (N)	Notizie (%)
No	648	92%
Sì	60	8%
Totale	708	100%

Contestualmente, il tema delle povertà non è neutro: nel 18% dei casi si rileva un’associazione con stereotipi o pregiudizi. La principale associazione negativa riguarda illegalità e criminalità (13,6%), spesso veicolata da servizi che raccontano crimini violenti o episodi di degrado urbano in cui le persone senzاتetto o indigenti sono protagoniste, sia come vittime sia come autori. Una quota significativa delle notizie (10,5%) associa la povertà al background migratorio, consolidando un binomio immigrazione-criminalità che può influenzare la percezione di insicurezza tra il pubblico. Altre associazioni negative, pur meno diffuse, riguardano dipendenze da alcol o droghe (3,7%), disturbi mentali (2,7%), cattiva igiene (2,3%), incapacità o difetto (1,1%) e, in maniera residuale, passività o sfruttamento delle risorse pubbliche (0,1%).

Tabella 15. *Presenza di stereotipi e pregiudizi nei TG. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Stereotipi e pregiudizi associati alla povertà (risposta multipla)	Notizie (N)	Notizie (%)
Associazione con illegalità, criminalità, truffe	96	13,6%
Associazione con background migratorio	74	10,5%
Associazione con dipendenze	26	3,7%
Associazione con disagi o disturbi mentali	19	2,7%
Associazione con cattiva igiene	16	2,3%
Associazione con incapacità o difetto	8	1,1%
Associazione con passività, pigrizia, sfruttamento risorse pubbliche	1	0,1%

Per quanto riguarda i *frame* narrativi, emerge una netta predominanza della cornice solidaristica/caritatevole (47%), in larga parte trainata dai servizi su Papa Francesco, il cui impegno verso i poveri viene costantemente ricordato dai notiziari. Seguono il *frame* politico/economico (40%), che collega la povertà a leggi, politiche sociali, misure di contrasto, lavoro povero e crisi economica. La cornice securitaria appare in un minor numero di servizi (9%) e tende a rafforzare percezioni di rischio o insicurezza legate ai poveri in contesti urbani degradati. In casi residuali (3,4%), la cornice non è chiaramente determinabile, come accade in ser-

vizi biografici in cui si accenna alla povertà vissuta durante l’infanzia di personaggi famosi. Ad esempio, in un servizio dedicato al novantesimo compleanno di Sophia Loren se ne ricorda l’infanzia in povertà, durante la seconda guerra mondiale.

Tabella 16. *Frame prevalente delle narrazioni sulla povertà nei TG. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Frame prevalente	Notizie (N)	Notizie (%)
Solidaristico/caritatevole	335	47,3%
Politico/economico	286	40,4%
Securitario	63	8,9%
Nd	24	3,4%
Totale	708	100%

La povertà, un tema di religione, cronaca e politica

L’analisi delle categorie tematiche dei servizi sulla povertà nei telegiornali mostra come la copertura sia concentrata su alcune aree principali, mentre altre rimangono marginali. La categoria più rappresentata è religione (18%), dovuta sia ai numerosi appelli e preghiere di Papa Francesco per le persone povere e la lotta alla povertà, sia al ricordo del suo pontificato vicino ai più deboli dopo la sua morte. Questo conferma come l’informazione televisiva tenda a legare spesso la narrazione della povertà a figure simboliche, che attribuiscono alla solidarietà un ruolo centrale nell’approccio al tema.

Seguono categorie con percentuali simili: cronaca (13%), riferita a eventi tragici o casi di persone in povertà; politica interna e esteri e politica estera (entrambe 12%), collegate l’una a dibattiti su leggi, manovre economiche, iniziative governative, l’altra, a fatti internazionali come le elezioni negli Stati Uniti e vertici globali su povertà e disuguaglianze; questioni sociali (11%), che include servizi su iniziative locali di solidarietà o progetti di welfare; economia (10%), incentrata su lavoro povero, salari bloccati e impoverimento delle fasce medie; criminalità (9%), che spesso lega la povertà a fenomeni di degrado urbano o reati commessi da persone indigenti; cultura, storia e spettacolo (6%), in cui la povertà emerge in biografie o racconti di figure pubbliche.

Le altre categorie rimangono marginali, con percentuali inferiori al 3%, tra cui notizie di costume e società, difesa e sicurezza, ambiente e natura, scienza e salute, sport, istruzione e giustizia. Questo evidenzia come il tema della povertà sia prevalentemente trattato in relazione a religione, cronaca, politica, questioni sociali ed economia, mentre raramente viene affrontato in contesti culturali, scientifici o educativi.

Tabella 17. *Categorie tematiche delle narrazioni sulla povertà nei TG. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Categorie tematiche	Notizie (N)	Notizie (%)
Religione	125	18%
Cronaca	90	13%
Politica interna	84	12%
Esteri e politica estera	84	12%
Questioni Sociali	80	11%
Economia	72	10%
Criminalità	65	9%
Cultura, storia, spettacolo	41	6%
Costume e società / Curiosità e Cronaca rosa	20	3%
Difesa e sicurezza	14	2%
Ambiente e natura	12	2%
Scienza e Salute	10	1%
Sport	5	1%
Istruzione	5	1%
Giustizia	1	0%
Totale	708	100%

Un dibattito dominato dal mondo politico

L’analisi dei soggetti che hanno avuto tempo di parola nei TG o le cui dichiarazioni sono state riportate mostra una concentrazione sui rappresentanti della politica e delle istituzioni, prevalentemente nazionali (29%), evidenziando come il dibattito televisivo sulla povertà sia fortemente istituzionalizzato, mediato da voci politiche deputate a discutere leggi, manovre economiche e misure di welfare, che contribuiscono sì a portare questo tema nell’agenda dei TG, ma anche a portarlo su un terreno di scontro. La povertà rischia così di diventare un argomento politico divisivo, strumentale a logiche di contrapposizione partitica, piuttosto che essere più adeguatamente analizzato e discusso come una sfida da affrontare insieme, indipendentemente dal credo politico.

I soggetti della cronaca costituiscono il 20% del campione: si tratta di gente comune interpellata per testimoniare, raccontare eventi o esperienze di vita o a rappresentare l’opinione popolare, prevalentemente in servizi di cronaca che, attraverso queste voci, offrono un volto umano alle storie che raccontano, avvicinandole al pubblico.

Seguono, con un valore del 14%, i soggetti confessionali, principalmente rappresentanti della Chiesa cattolica, e il mondo delle associazioni (13%), compren-

dente associazioni e organizzazioni di volontariato. La significativa presenza di queste categorie sottolinea come la narrazione televisiva offra spesso approcci solidaristici, in cui i rappresentanti religiosi e del terzo settore offrono testimonianze o indicazioni sulle iniziative di sostegno ai più vulnerabili.

Il mondo dell'informazione occupa il 7% dei soggetti, includendo giornalisti/e, opinionisti/e e cronisti/e, mentre il mondo delle professioni arriva al 5%, segnalando un'attenzione limitata alle voci di esperti/e di economia, società o altri ambiti. Tutte le altre categorie sociali hanno un ruolo marginale, con percentuali pari o inferiori al 2%.

Tabella 18. Categorie di soggetti fonti di informazione sulla povertà nei TG. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025

Categorie sociali	Freq N	Freq %
Rappresentanti della politica e delle istituzioni nazionali	163	29%
Soggetti della cronaca e gente comune	113	20%
Rappresentanti della Chiesa e altri soggetti confessionali	78	14%
Rappresentanti delle associazioni	72	13%
Rappresentanti dell'informazione	39	7%
Rappresentanti delle professioni	26	5%
Rappresentanti di sindacati e associazioni di categoria	14	2%
Rappresentanti della politica e delle istituzioni locali	8	1%
Rappresentanti della politica e delle istituzioni locali non italiane	7	1%
Istituti di ricerca	7	1%
Rappresentanti dello spettacolo	7	1%
Rappresentanti dell'arte e della cultura	6	1%
Rappresentanti della giustizia	5	1%
Diplomazia e organizzazioni internazionali	5	1%
Forze armate e sicurezza pubblica	5	1%
Rappresentanti del mondo economico e finanziario	3	1%
Pubblica amministrazione	3	1%
Rappresentanti dello sport	1	0%
Totale	562	100%

Tre narrazioni in conflitto: politica, carità e sicurezza

L'analisi del *corpus* delle trascrizioni dei telegiornali sulle povertà ha permesso di identificare tre classi semantiche prevalenti (*cluster*), costituite da gruppi di lemmi ad alta frequenza relativa, che delineano le principali cornici narrative associate al tema delle povertà.

I *cluster* si distribuiscono sulla mappa fattoriale che segue secondo due assi di varianza che ne definiscono l'interpretazione. L'asse orizzontale (che spiega il 62% della varianza) è stato denominato dimensione politica vs. dimensione valoriale: questo asse separa nettamente gli approcci al tema. A sinistra, si posiziona il discorso di natura politico-economica (*cluster verde*), che affronta il tema della povertà attraverso il dibattito politico, l'azione statale e le dinamiche di bilancio. A destra, si trovano i termini legati alla sfera valoriale-religiosa (*cluster blu*), che riflettono la povertà dentro cornici di solidarietà e morale.

L'asse verticale (che spiega il 38% della varianza) è stato denominato micro temi vs. macro temi. Questo asse descrive il livello di analisi. In basso, si concentrano i concetti più ampi e sistemici, come la politica e la religione, che rappresentano i macro-temi. In alto, si collocano i termini legati alla vita quotidiana e al disagio individuale, che rappresentano i micro-temi (*cluster rosso*).

Le tre classi semantiche si distribuiscono nel piano come segue

1. La sfera securitaria (*cluster rosso*) si colloca in alto, posizionandosi in un'area distinta dai due *cluster* precedenti. Il suo posizionamento riflette l'approccio basato sui micro-temi, che narra la povertà attraverso situazioni concrete di degrado e devianza.
2. La sfera politico-economica (*cluster verde*) si posiziona in basso a sinistra, sottolineando la sua natura di macro-tema politico. Da un lato, il lessico evidenzia i dibattiti sui contenuti di politiche e riforme legate alla povertà; dall'altro, mostra come il tema venga spesso strumentalizzato nello scontro tra partiti o utilizzato come argomento di contesa politica, ad esempio in occasione dei referendum sul lavoro di giugno.
3. La sfera religiosa (*cluster blu*) si trova in basso a destra, evidenziando il suo focus sui macro-temi valoriali. Questo posizionamento indica che la povertà è trattata come una questione di responsabilità morale e assistenza, spesso a livello globale.

Sfera securitaria (24% dei lemmi del *corpus*)

Questo *cluster* lessicale si caratterizza per una narrazione della povertà strettamente legata al disagio urbano e alla micro-criminalità. I termini come “furto”, “spaccio”, “senzatetto” e “dormire” descrivono situazioni di degrado e marginalità. La collocazione del *cluster* in alto sulla mappa fattoriale conferma la sua focalizzazione sui micro-temi. Questa prospettiva tende a inquadrare la povertà come un problema di ordine pubblico e decoro urbano, utilizzando spesso un linguaggio allarmistico e concentrandosi su episodi di devianza, relegando di fatto la povertà ai margini delle città e dell’attenzione sociale.

Esempi di segmenti testuali caratteristici

- Il **quartiere** Vasto è un **quartiere** che un **tempo** era **bello**, adesso è **diventato** il ghetto della **città**. Non ne possono più i **residenti** della **zona** adiacente alla **stazione** di **Napoli**. Da troppo **tempo** **teatro** di **degrado**, immigrazione clandestina e **violenza**.
- Chiudiamo il **cerchio** con **Bologna** con il **racconto** e la lettera inviata al **sindaco** Lepore di questo **clochard** che **dice** non si può **stare** neanche nei **dormitori** perché **pensate rubano** pure le mutande.
- Avanti fino a pochi **giorni** fa, quando la **polizia locale**, sezione antidegrado, dopo le segnalazioni dei **residenti** che lamentavano la presenza di troppi senzatetto, ha **sgomberato** il **sottopasso**, gli ha **sequestrato** i **libri** e lo ha multato.
- Quando sono state posizionate qui in viale Pretoriano a due **passi** dalla **stazione Termini** queste **reti** metalliche nelle **intenzioni** del **Campidoglio** sarebbero state **presto sostituite** da vere e **proprie cancellate** a tutela delle mura aureliane ufficialmente ma soprattutto per **evitare** il **degrado** di accampamenti come questo **sgomberato** appena qualche **giorno** fa
- È così che si presenta, ancora dopo 17 anni, l'ex scuola Giuseppe Parini nel quartiere Montesacro di Roma, che adesso è diventata anche un **rifugio** per **senza dimora**. Si **vedono persone** dentro, ovviamente **gente** senzatetto, **ragazzi** che la **usano**, qualche **fenomeno** spiacevole perché qualche **ragazzo** sale sul solaio la **notte** e va a fare un po' di bagordi con tutti i rischi che ci sono
- Purtroppo li **arrestano** e non essendo **presi** in fragranza di reato vengono rilasciati. In questa **strada** che collega la **stazione** centrale a Piazza della Repubblica, nelle ultime settimane si è registrata un'impennata di **danneggiamenti** a negozi e ristoranti, **presi** di **mira** da **bande** di senzatetto. C'è **gente** che non ha niente da **perdere**, probabilmente anche per quello che **fanno** queste cose. Dal

barbiere al **negozio** di animali, dall'enoteca al **bar**, nessun **locale** è stato risparmiato.

- Quando il **dormitorio** è pieno, al di fuori delle **mura** si crea un **bivacco** e anche qui diciamo che gli **abitanti** della **zona** addirittura hanno realizzato una chat per avvisare la **presenza** di **clochard** che possono diventare in alcuni casi anche **pericolosi**. La situazione è **drammatica**. Bevono, lasciano tutto in giro, **sporcano**, ti **importunano**. **Bivacchi** a ogni ora del giorno, **avanzi** di **cibo**, vestiti abbandonati, **urla** e **liti** continue. Un quartiere residenziale di Bergamo, **ostaggio** dei senzatetto.

Sfera politico-economica (36%)

Il *cluster* raccoglie un lessico orientato al dibattito politico ed economico. Parole come "governo", "reddito", "legge" e "bilancio" indicano una cornice di analisi che vede la povertà come un problema sistemico, le cui soluzioni risiedono in politiche legislative ed economiche. Posizionato in basso a sinistra (macro-tema politico), questo *cluster* riflette come la povertà venga trattata principalmente in un contesto di scontro tra partiti e discussione su riforme del welfare e dati economici.

Esempi di segmenti testuali caratteristici

- **Attaccano le opposizioni:** per coprire i disastri del **governo**, **l'Italia** tra i **paesi** del **G7** è il paese con i **salari** più **bassi**. E **Giorgia Meloni**, nonostante il **governo** litighi su tutto, **nega** a **milioni** di **lavoratori italiani** il **salario minimo**.
- Mentre la **legge** di **bilancio** del **governo Meloni** **taglia** le **tasse**, stanziando **risorse record** per la **sanità** e **aumenta** i **soldi** in **busta paga**, **Banca d'Italia** certifica che il super **bonus** voluto da **PD** e **5 Stelle**, oltre al buco di **bilancio**, ha fatto anche **salire l'inflazione**.
- E mentre i **cittadini** sono schiacciati tra il **caro** bollette e il **caro** spesa, il **governo** affossa il **salario minimo**. Per **Verdi Sinistra** i **dati smentiscono** le **bugie** della **presidente Meloni**. La **disoccupazione** in **Italia** **aumenta**, la **povertà assoluta** coinvolge **5,7 milioni** di persone.
- **Lavoro** e **salari** spingono il **dibattito** all'indomani dei **risultati** rivendicati dalla **Premier**, le **forze politiche** **discutono** sull'interpretazione dei **dati**, la **maggioranza** fa quadrato, **Fratelli d'Italia** puntualizza, il cambio di rotta c'è stato. Oltre un **milione** di **posti** di **lavoro** in più, il **PIL** che **cresce** più che **Francia** e **Germania** e le esportazioni **aumentano** di un altro **7%**, **numeri** che **promuovono**

il **governo Meloni** e **Fratelli d'Italia** e smentiscono coi fatti le **bugie** della **sinistra**.

- **Italia** infonda la classifica degli **stipendi reali**, rimarca la **segretaria** del **PD Schlein**, che **accusa Meloni** di aver affossato il **salario** minimo. Il **risultato** è **milioni** di **lavoratori** poveri e migliaia di ragazze e ragazzi, anche laureati, che lasciano il **paese**.
- Il **fronte** di **attacco** a **Giorgia Meloni** scelto dei **5 Stelle** è quello **economico**, una grande **mobilitazione** di piazza contro il **governo** dei **salari bassi** e della **povertà** che **aumenta** perché è **sull'economia** che non sanno che pesci prendere. Guadagnano sulla **speculazione** che sta riguardando l'**aumento** delle **bollette**, accusa Ricciardi. Intascare il 10% di **IVA** a queste condizioni è **rubare** i **soldi** alle **famiglie**.
- I **numeri** di questa **legge** di **bilancio** **smentiscono** le **bugie** della **sinistra** e dei **sindacati**. Con il **governo Meloni** mai così tante **risorse** per la **sanità**, mentre vergognosamente il **Partito Democratico**, quando governava, ha **tagliato** oltre **31 miliardi**. Con **Fratelli d'Italia** al **governo**, la **salute** degli **italiani** è tornata ad essere la **priorità**.

Sfera religiosa (40%)

La narrazione di questo gruppo è incentrata sulla solidarietà, la compassione e la carità. I termini significativi come "Papa", "Francesco", "chiesa" e "accogliere" riflettono un approccio etico e morale al tema, spesso con richiami a un dovere di assistenza umanitaria. La sua posizione in basso a destra (macro-tema valoriale) evidenzia come la povertà sia trattata come una questione di responsabilità morale e assistenza, spesso promossa da figure autorevoli come il Pontefice.

Esempi di segmenti testuali caratteristici

- Ed eccolo **Papa Francesco** alla **messsa**, al **pranzo**, con **1300 bisognosi** oggi, nella **giornata mondiale** dei **poveri**. Una **giornata** fortemente **voluta** da lui. C'è un **gesto** che non perde mai valore, tendere una **mano** al prossimo. Papa Francesco ha celebrato in Vaticano l'ottava **giornata mondiale** dei **poveri** con una **messsa** a **San Pietro**. Non dimentichiamoci dei **poveri**. Un **appello** rivolto alla **Chiesa**, ai governi e ai **fedeli**.
- Un commovente **applauso** **accoglie** il **feretro** di **Papa Francesco** all'uscita della **Basilica** di **San Pietro**, una **piazza** gremita sin dall'alba per l'**ultimo omaggio** al **Papa** dei **poveri**. Quattordici se-

diari **portano** in spalla la **semplice bara** di **legno** e zinco **voluta** dal **pontefice**.

- Ed è giudicato **scarto** quante persone **disabili, poveri**, ritenuti **inutili**. **L'abbraccio** ai **fragili**, agli **ultimi**. Questa volta saranno loro ad **accoglierlo** nell'ultimo tratto del viaggio terreno. Un gruppo di **poveri** aspetterà il **feretro** davanti alla **Basilica sabato prossimo**, poi da **domenica** tutti potranno **visitare** la **tomba di Francesco**.
- Chiediamo a te di **pregare** per noi. **Oggi** si può anche **cantare** così quello di **Papa Francesco** è un **addio** di **speranza**. E a **rendere l'ultimo omaggio** al **feretro** del **Papa** a **Santa Maria Maggiore** c'erano tanti **poveri** senz'altro immigrati **rappresentanti** di quel **mondo** degli **ultimi** tanto caro a **Francesco**.
- Tornando alla **scomparsa** di **Papa Francesco**, **Papa Bergoglio** sempre vicino agli **ultimi**, ai **poveri**, ai **detenuti**, Elena Malizia ha **incontrato** il cappellano del carcere **romano** di **Regina Coeli**, dove solo cinque **giorni** fa il **pontefice** era andato in **occasione** del Giovedì **Santo**. Il **Papa** arrivando ha detto: sono qui per essere vicino a voi. È **passato** in mezzo a 70 **detenuti** e tutti gli hanno stretto la **mano**.

L'analisi dimostra che il discorso sulla povertà nei telegiornali è segmentato in tre macro-narrazioni che differiscono profondamente non solo per i temi trattati, ma anche per il *tono* e i *giudizi di valore* veicolati, distinguendo implicitamente tra diverse forme di indigenza (relativa, assoluta ed estrema).

La sfera politico-economica si focalizza prevalentemente sulla povertà relativa e sulle misure di contrasto a essa destinate, come il salario minimo o, in parte, il reddito di cittadinanza. Il suo posizionamento sul piano (macro-tema politico) la rende il campo di battaglia per il dibattito divisivo tra i partiti. Le narrazioni sono spesso caratterizzate da:

- contestazione reciproca dei dati e delle riforme tra maggioranza e opposizione;
- connotazioni discutibili, talvolta inclini a sollevare illazioni su "finti poveri" o su chi non merita sussidi, trasformando la questione sociale in un elemento di scontro ideologico tra partiti.

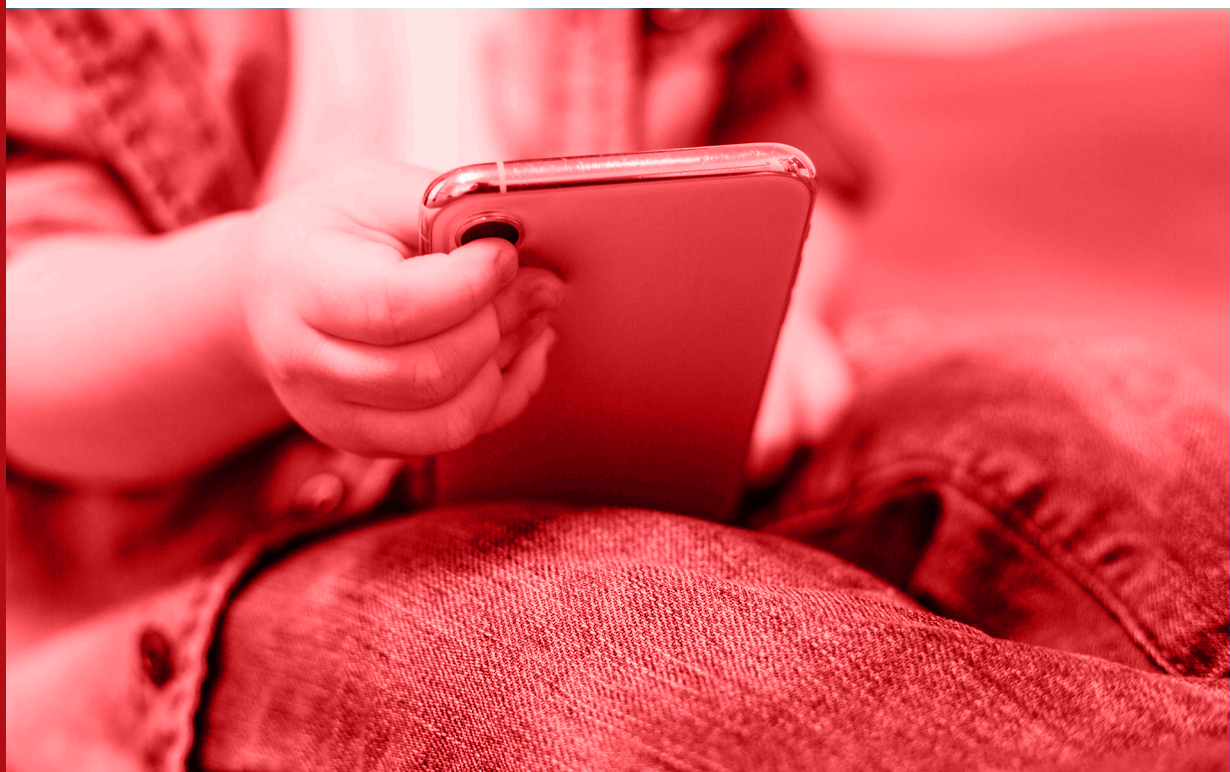
Nella sfera religiosa, il discorso più frequente è quello valoriale. Questa cornice è maggiormente incentrata sulla povertà assoluta e sul bisogno di assistenza. Non presenta connotazioni negative o giudizi di valore discutibili; al contrario, offre una cornice di senso etica. Il lessico, guidato da figure come Papa Francesco, esprime un forte afflato solidaristico e di beneficenza, con un respiro che spesso abbraccia la lotta alla povertà a livello globale. Le riflessioni, pur essendo incen-

trate su un ruolo morale di primo piano della Chiesa, risultano talvolta generiche nell'indicazione delle soluzioni pratiche.

La sfera securitaria, isolata nella dimensione dei micro-temi, si concentra sulla povertà estrema e il degrado urbano (senzatetto, bivacchi, spaccio). Questa è l'area semantica più delicata e problematica.

- Il discorso crea una forte associazione tra indigenza e illegalità, veicolando stereotipi e pregiudizi.
- La povertà estrema è spesso rappresentata come una minaccia all'ordine e al decoro, un problema da "sgomberare" piuttosto che da risolvere.
- Questa narrazione tende ad alimentare l'emarginazione, associando frequentemente il degrado a persone estranee al contesto sociale, spesso di origine straniera.

In conclusione, la mappa fattoriale non solo descrive cosa viene narrato, ma rivela anche una gerarchia implicita nella copertura mediatica: la povertà che genera dibattito politico e la povertà che suscita carità sono collocate sui macro-assi di discussione, mentre la povertà estrema e problematica è relegata a una dimensione separata (i micro-temi securitari), confermando la tendenza a isolare il disagio estremo dal dibattito politico più ampio.



RISULTATI DI ANALISI: TALK SHOW

Una narrazione discontinua ma centrale

La presenza del tema delle povertà nei talk show monitorati appare discontinua lungo l'arco temporale considerato (settembre 2024 - giugno 2025). Pur essendo distribuita in maniera irregolare, l'attenzione mediatica si concentra in tre momenti specifici, che rappresentano dei picchi nella copertura.

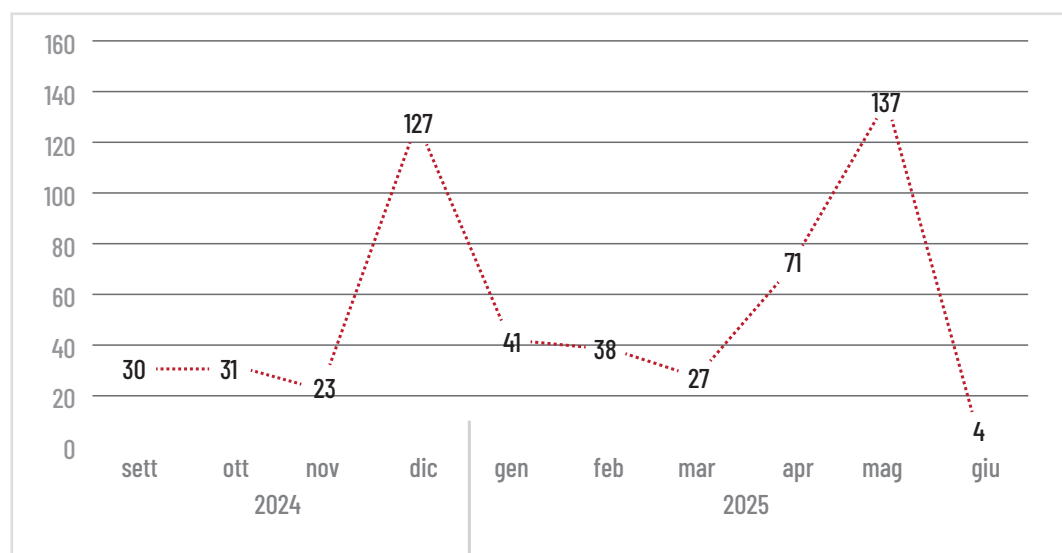
Dicembre 2024 segna il primo picco coincidente con il periodo delle festività natalizie. I talk show dedicano spazio ai dibattiti sulla manovra economica, ai rincari dei prezzi e al peso dei consumi alla vigilia delle feste natalizie, con particolare attenzione ai divari crescenti tra ricchi e poveri. In questo contesto trovano spazio anche servizi e discussioni sulle iniziative di solidarietà promosse in occasione del Natale.

Aprile 2025 rappresenta il secondo picco generato da una concomitanza di eventi notiziati. Centrale è la morte di Papa Francesco, con il ricordo del suo impegno costante nei confronti delle persone povere ed emarginate. Parallelamente, emergono riflessioni sull'impoverimento della classe media, sulle possibili conseguenze dei dazi statunitensi sull'economia italiana e sull'aumento della domanda delle mense per i poveri.

Maggio 2025 è il mese in cui si concentra il terzo picco collegato principalmente alla ricorrenza del Primo Maggio e ai referendum sul lavoro dell'8 e 9 giugno, che hanno portato al centro del dibattito pubblico la questione del lavoro povero. Nei talk show si affiancano temi, come il confronto tra povertà e ostentazione del lusso e, in prossimità del ponte del 2 giugno, la contrapposizione tra turismo d'élite e condizioni di indigenza.

Rispetto ai notiziari, che tendono a seguire picchi di copertura legati a eventi istituzionali o emergenze specifiche, nei talk show i momenti di maggiore attenzione al tema della povertà sono spesso guidati da dibattiti politici o da eventi simbolici, come festività e ricorrenze.

Grafico 3. *Minuti dei talk show televisivi sulle povertà. Distribuzione per mese. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025. Base dati: 529*



Caso studio:

L'esempio di Papa Francesco

Programmi analizzati:

Che tempo che fa, Di Martedì, Lo stato delle cose, Piazza Pulita, XXI secolo, 4 di sera



Sintesi trasversale

La cornice mediatica costruita attorno a Papa Francesco enfatizza la dimensione morale ed etica della povertà, presentandolo come simbolo di attenzione verso i più fragili. Gli interventi sottolineano come la cura dei poveri non sia un gesto di elemosina fine a sé stesso, ma un principio intrinseco del Vangelo e della missione pastorale. La narrazione si concentra sulla responsabilità collettiva, da qualche voce sul contrasto tra accumulo ingiustificato di ricchezza e povertà estrema, e sull'esempio di umiltà e servizio incarnato dal Pontefice, distinguendosi dalle logiche della ricchezza ostentata e del successo.



Citazioni esemplificative

- ▶ Aldo Cazzullo (*giornalista*): "Servire i poveri, gli ultimi, non è in contraddizione con il Vangelo, è il Vangelo... avere attenzione ai poveri e alle anime non sono in contrasto ma sono due facce della stessa medaglia."
- ▶ Papa Francesco: "Se per un anno non si fabbricassero le armi sarebbe stato risolto il problema della povertà e della fame. Invece di armi dare da mangiare."
- ▶ Michele Santoro (*giornalista*): "19 famiglie negli Stati Uniti hanno accumulato un patrimonio enorme, creando un baratro con chi lavora... questa supremazia fi-

nanziaria si manifesta nel resto del mondo con povertà e indebitamento dei più fragili.”

- ▶ Enzo Fortunato (*sacerdote*): “Una Chiesa povera per i poveri... è lì che ci dobbiamo misurare.”
- ▶ Tino Scotti (*sacerdote*): “Il Papa amava incontrare direttamente persone in difficoltà, anche casi particolari e poveri.”
- ▶ Maurizio Gronchi (*sacerdote*): “La povertà è il centro del Vangelo, significa attenzione per chi è scartato, vulnerabile, ai margini... questo è il cuore del pontificato di Papa Francesco.”
- ▶ Paolo Del Debbio (*giornalista*): “Papa Francesco non è un seguace della teologia della liberazione sudamericana, ma un Papa dei poveri, coerente con il Concilio Vaticano II e il patto delle catacombe.”



Analisi della cornice

La cornice enfatizza un approccio morale e universale alla povertà, contrapponendosi alle logiche individualiste del successo economico. L'esempio di Papa Francesco serve a costruire un riferimento etico per il dibattito pubblico, ponendo la giustizia sociale e l'attenzione verso i più vulnerabili al centro della narrazione. Si tratta di una cornice che sposta il focus dalla ricchezza individuale alle responsabilità collettive, promuovendo l'idea che la povertà sia un problema strutturale da affrontare attraverso la solidarietà, l'equità e la redistribuzione, e non come effetto di sole scelte personali o meriti individuali.

Se si guarda al **tempo complessivo di parola**, pari a 529 minuti, emerge che nella maggior parte dei casi il tema viene affrontato in modo ampio e strutturato. Oltre **quattro interventi su cinque (83%)** trattano infatti la povertà come **argomento centrale**, occupando tutto o gran parte dello spazio di discussione nei relativi segmenti di trasmissione. Nel restante **17%** dei casi, invece, la povertà compare in maniera più marginale, come riferimento parziale all'interno di dibattiti dedicati ad altri argomenti (ad esempio, economia, politica o attualità).

Rispetto ai telegiornali, dove la povertà occupa uno spazio marginale nella maggior parte dei servizi, i talk show dedicano generalmente più tempo a dibattito e analisi in cui la povertà è trattata come argomento centrale.

Tabella 19. *Centralità o marginalità del tema povertà nel tempo dedicato dai talk show. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Centralità/marginalità	Minuti (N)	Minuti (%)
Centrale	437	83%
Marginale	92	17%
Totale	529	100%

Povertà relativa e multidimensionale soprattutto

Nei talk show monitorati prevale in modo netto la povertà relativa (56%), intesa come condizione di vita al di sotto dello standard medio della società di riferimento. Si tratta della forma di povertà più discussa, ben più della povertà assoluta (8%) - legata alla privazione di beni e servizi essenziali per la sussistenza - o della povertà estrema (3%), che si associa a condizioni di miseria e rischio di sopravvivenza.

Un terzo degli interventi (33%) combina più livelli di povertà - relativa, assoluta ed estrema - con riferimenti sia a dati forniti da istituti di ricerca e associazioni, sia a richiami meno precisi che intrecciano genericamente diverse condizioni di indigenza. Nel complesso, i talk show sembrano privilegiare il confronto sulle disuguaglianze e sulle deprivazioni relative, che coinvolgono larghe fasce di popolazione e di pubblico, piuttosto che sulle forme più gravi, ma anche meno diffuse, di povertà.

Tre quarti del tempo analizzato si concentra sulla povertà materiale (76%), ossia sulla deprivazione tangibile e misurabile in termini economici o di accesso a beni e servizi di base. Solo nel 24% degli interventi compaiono elementi di povertà immateriale, legati a privazioni meno visibili ma altrettanto rilevanti per la qualità della vita, come la mancanza di reti sociali di sostegno o di un adeguato capitale culturale ed educativo.

Interessante, in questo quadro, è la prevalenza di un approccio multidimensionale (59%), che interpreta la povertà come fenomeno complesso, intrecciato a salute, istruzione, sicurezza economica, relazioni sociali e partecipazione politica. Nel restante 41% dei casi la povertà è invece trattata in chiave unidimensionale, quasi sempre ridotta a reddito o consumi.

Mentre nei TG la copertura privilegia la povertà assoluta e abitativa, con frequenti riferimenti a persone senzatetto o emergenze sociali, nei talk show domina la povertà relativa e quella lavorativa, strettamente collegata alle disuguaglianze e al fenomeno del lavoro povero. Questa differenza riflette sia il tipo di pubblico sia il formato dei programmi: i talk show, grazie a tempi più lunghi e a discussioni articolate, consentono un approccio multidimensionale più marcato, in cui reddito, lavoro, salute e relazioni sociali vengono intrecciati nell'analisi del

fenomeno. Nei TG, al contrario, la trattazione tende a concentrarsi su dati economici, emergenze specifiche o eventi simbolici, con minore spazio per approfondimenti o per connessioni tra le diverse dimensioni della povertà. In questo senso, i talk show stimolano dibattiti più complessi sulle cause e sulle possibili soluzioni, sebbene ciò comporti un rischio maggiore di polarizzazione delle opinioni e di letture strumentali del fenomeno.

Tabella 20. *Tipologia di povertà trattate nei talk show. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Tipologia di povertà	Minuti (N)	Minuti (%)
Relativa	295	56%
Combinazione di estrema, assoluta e relativa	175	33%
Assoluta	41	8%
Estrema	18	3%
Totale	529	100%

Tabella 21. *Forme di povertà trattate nei talk show. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Forme di povertà	Minuti (N)	Minuti (%)
Materiale	404	76%
Sia materiale sia immateriale	125	24%
Totale	529	100%

Tabella 22. *Dimensioni di povertà trattate nei talk show. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Dimensioni di povertà	Minuti (N)	Minuti (%)
Multidimensionale	314	59%
Unidimensionale	215	41%
Totale	529	100%

Sopra-tutto la povertà lavorativa

Ma quali sono, concretamente, le categorie specifiche di povertà più discusse nei talk show? In primo piano emerge la povertà lavorativa (57%), che spiega anche la forte presenza del concetto di povertà relativa. Le discussioni riguardano l'impoverimento del ceto medio, la perdita di potere d'acquisto dovuta all'inflazione, i salari bassi, la loro stagnazione, le vertenze sindacali, le manovre economiche e, più in generale, le possibilità di consumo e di spesa delle persone.

Caso studio: *Povertà e lavoro precario*

Programmi analizzati: *Di Martedì (La7), In altre parole (Rai 3), In Onda (La7), Porta a Porta (Rai 1), Tango (Rai 2), 4 di sera (Rete 4)*



Sintesi trasversale

Nei talk show analizzati, la povertà viene affrontata principalmente all'interno della cornice del lavoro e della manovra economica. Gli interventi evidenziano come il lavoro povero, il part-time involontario, i bassi salari e la perdita di potere d'acquisto abbiano reso una parte significativa dei lavoratori italiani vulnerabile dal punto di vista economico. Pur con differenze di accento, i vari programmi sottolineano che la povertà riguarda non solo chi è disoccupato, ma anche chi lavora, e che le misure governative, tra cui il taglio del reddito di cittadinanza o politiche fiscali e salariali, hanno effetti limitati o controproducenti sulla riduzione delle disuguaglianze. Gli ospiti analizzano il tema sia in chiave sociale sia politica, con riferimento alle responsabilità del governo e alle strategie delle forze politiche.



Citazioni esemplificative

- ▶ Maurizio Landini (*Cgil*): "Non a caso cosa è esploso? Il part-time involontario. In Italia ci sono 4,5 milioni di gente che lavora 20 ore... e quindi non arrivano alla fine del mese."
- ▶ Elisabetta Piccolotti (*Sinistra italiana*): "Le persone in povertà assoluta aumentano e sono arrivate a circa 5 milioni, sono poveri anche quelli che lavorano perché gli stipendi non hanno recuperato il potere d'acquisto perso con l'inflazione."
- ▶ Vittoria Baldino (*M5S*): "Se sei un lavoratore dipendente sicuramente non stai bene... questo è un governo che tutela chi sta già bene e dimentica totalmente chi bene non sta."
- ▶ Maurizio Landini (*Cgil*): "La povertà sta aumentando. La dimostrazione è che si è poveri anche lavorando, non solo perdendo il posto di lavoro... i salari sono bassi perché c'è un livello di precarietà assurdo."
- ▶ Roberto Morgantini (*Cucine Popolari*): "È anche chi lavora... ci sono queste nuove figure che sono i nuovi poveri."
- ▶ Maurizio Molinari (*giornalista*): "Ci sono 4 milioni di italiani che fanno lavoro po-

vero, cioè guadagnano pochi euro per ogni ora guadagnata... se ignoriamo questi dati, le disuguaglianze aumentano.”

- ▶ Antonio Polito (*giornalista*): “I salari reali aumentano con la contrattazione, con la produttività, con la capacità di crescita... non basta il salario minimo per risolvere la povertà.”
- ▶ Susanna Camusso (*Pd*): “Adesso abbiamo il 10% di lavoratori poveri... il governo ha una responsabilità morale ed etica ad alzare i salari.”
- ▶ Dino Giarrusso (*giornalista*): “Troppe famiglie non arrivano a fine mese... il governo ha tolto anche il reddito di cittadinanza.”



Analisi della cornice

Queste trasmissioni affrontano la povertà principalmente attraverso la lente del lavoro e della politica economica. La narrazione enfatizza la precarietà, la disuguaglianza e l'inefficacia percepita delle politiche governative attuali. Si tratta di una cornice prevalentemente politica ed economica, che tende a collegare il tema della povertà alle scelte del governo e agli strumenti legislativi, più che alla dimensione sociale o culturale della povertà stessa. Gli ospiti critici mettono in evidenza il divario tra chi lavora e rimane povero e chi beneficia delle misure economiche, mentre alcune voci favorevoli alle politiche governative si concentrano sui benefici dei provvedimenti per categorie di famiglie o imprese. L'approccio dei talk show crea quindi un dibattito pubblico centrato sulle responsabilità politiche e sulle strategie di redistribuzione, piuttosto che su storie individuali o soluzioni mirate alla povertà materiale.

Al secondo posto si colloca la **povertà abitativa** (22%), legata all'emergenza degli affitti, alla scarsità di politiche per l'edilizia popolare e al caro casa in generale. Una quota consistente (19%) riguarda la **povertà in generale**, discussa in termini generici e senza distinzioni tipologiche. Seguono la **povertà degli anziani** (16%), spesso riferita a pensioni minime e assenza di reti familiari, e la **povertà relazionale** (14%), legata all'isolamento sociale. Le altre forme di povertà - energetica, femminile, culturale/educativa, alimentare, sanitaria, ambientale/climatica - compaiono solo sporadicamente, con percentuali ridotte.

Tabella 23. *Categorie specifiche di povertà nei talk show. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Tassonomie prevalenti di povertà (risposta multipla)	Minuti (N)	Minuti (%)
Povertà lavorativa	303	57%
Povertà abitativa	118	22%
Povertà in generale	100	19%

Povert� degli anziani	87	16%
Povert� relazionale/esclusione sociale	76	14%
Povert� energetica	35	7%
Povert� femminile	34	6%
Povert� culturale/educativa	33	6%
Povert� alimentare	30	6%
Povert� sanitaria	19	4%
Povert� ambientale/climatica	14	3%
Emarginazione in generale	8	2%
Povert� minorile	2	0%

A differenza dei TG, dove l'attenzione si concentra prevalentemente sulla povert  assoluta e abitativa, con frequenti riferimenti a emergenze sociali e persone senz'atetto, nei talk show emerge una narrazione pi  articolata, centrata sulla povert  relativa e lavorativa, con ampio spazio alle disuguaglianze e al lavoro povero.

Caso studio: *Emergenza abitativa e occupazioni illegali*
Programmi analizzati: *Diritto e rovescio (Rete 4), Quarta Repubblica (Rete 4), Tango (Rai 2), Zona Bianca (Rete 4), 4 di sera (Rete 4)*



Sintesi trasversale

I talk show considerati affrontano l'emergenza abitativa collocandola in una cornice di conflitto tra bisogni sociali, accesso alla casa e legalit . La narrazione si sviluppa intorno al contrasto tra chi occupa immobili per necessit  e chi attende soluzioni istituzionali, evidenziando ritardi nelle graduatorie per le case popolari, insufficienza degli strumenti di sostegno e divario tra proprietari e inquilini. Gli ospiti collegano la questione abitativa a fenomeni di impoverimento, fragilit  sociale, disuguaglianza crescente e politiche pubbliche carenti. Alcuni interventi sottolineano la responsabilit  politica nell'assenza di interventi strutturali, mentre altri enfatizzano la necessit  di rispettare la legalit . Si evidenziano inoltre dinamiche simboliche e psicologiche della povert , come la dignit  e il diritto alla casa, e il ruolo dei grandi proprietari nel mercato immobiliare.



Citazioni esemplificative

- Signora Maria (*persona comune*): "Aspetto una casa popolare ma io non occupo... mio figlio stava dormendo a casa degli amici da un anno... Ho avuto un brutto incidente, i vigili del fuoco mi hanno detto che sono stata miracolata."
- Onorio Rosati (*Sinistra italiana*): "Il problema   che ci sono famiglie senza casa e case vuote... La politica deve capire se vuole occuparsi di questo problema."
- Simone Leoni (*Forza Italia*): "Rosati parla di guerra tra poveri, ma Luca Blasi con

3.500 euro al mese è povero? ... È una vergogna il comportamento di questo assessore."

- ▶ Angelo d'Orsi (*storico*): "Chi occupa uno stabile lo fa per bisogno... La politica deve ricostruire la coesione sociale."
- ▶ Giuliano Granato (*Potere al popolo*): "C'è chi guadagna dal fatto che non ci sono sufficienti case popolari... non è il piccolo proprietario, ma i grandi colossi."
- ▶ Daniele Capezzone (*giornalista*): "Non c'è edilizia popolare in Italia... Giusto sgomberare? Sì, ma il problema reale è l'assenza di interventi strutturali."
- ▶ Viola Giannoli (*giornalista*): "Molte persone delle Vele sono disoccupati o lavorano in nero... ci sono immobili pubblici e privati sfitti da anni, in maniera immorale."
- ▶ Filippo Facci (*giornalista*): "Non sono le case che sono care, sono gli inquilini che sono diventati poveri... la classe media se ne deve andare."
- ▶ Alessandra Moretti (*Pd*): "Il diritto alla casa è un diritto umano... oggi la prima casa è un privilegio per pochi."



Analisi della cornice

Nei talk show, la questione abitativa è narrata come un fenomeno strutturale, non solo emergenziale, che mette in tensione legalità, equità sociale e diritto alla dignità. La cornice mette in rilievo la conflittualità tra diversi bisogni, la debolezza delle politiche pubbliche e l'impatto della speculazione immobiliare. Si evidenzia come la crisi abitativa sia una questione materiale che simbolica, che coinvolge l'accesso alla sicurezza, alla stabilità sociale e al senso di cittadinanza. La narrazione sottolinea inoltre le responsabilità trasversali di governi, amministrazioni locali e mercato immobiliare nel determinare condizioni di vulnerabilità e povertà abitativa.

Italia e aree urbane al centro

La prospettiva geografica conferma una forte prevalenza del contesto nazionale: nel 70% dei casi la povertà viene discussa come problema dell'Italia in generale, seguita dai riferimenti a periferie (11%) e aree urbane (11%). Le altre aree geografiche sono marginali e raramente entrano nel dibattito: il mondo in generale compare nel 3% del tempo, mentre il riferimento al continente africano è praticamente assente.

A differenza dei TG, dove circa un terzo delle notizie fa riferimento al mondo in generale e quasi la metà al contesto nazionale, nei talk show la discussione appare più concentrata sull'Italia e meno inserita in una prospettiva globale. Questo orientamento riflette la natura dei talk show, maggiormente centrata su dibattiti politici e sociali di rilevanza nazionale.

Tabella 24. *Contesto geografico prevalente delle povertà nei talk show. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Contesto geografico	Minuti (N)	Minuti (%)
Italia in generale	370	70%
Italia, periferie	58	11%
Italia, aree urbane	56	11%
Mondo in generale	17	3%
Centro-Sud America	13	2%
Europa	5	1%
Italia, aree rurali	4	1%
Asia	2	0%
Stati Uniti	2	0%
Africa	2	0%
Totale	529	100%

Lavoratori poveri prima degli altri

Coerentemente con le categorie di povertà più discusse, lavoratori e lavoratrici costituiscono il gruppo sociale più rappresentato nei talk show (62%). Seguono le persone anziane (30%) e le persone povere in generale (20%), senza ulteriori qualificazioni. Giovani (13%) e donne (12%) ricevono un’attenzione più limitata, mentre le persone senzatetto (7%) e immigrate (6%) compaiono in modo minoritario. Ancora più residuale è il riferimento a bambini e minoranze, con percentuali vicine allo zero.

Rispetto ai TG, dove il gruppo dei senzatetto e degli immigrati riceve una maggiore attenzione, nei talk show le discussioni privilegiano soggetti legati al lavoro e al ceto medio, riflettendo la maggiore centralità della povertà relativa e dei temi economico-lavorativi. La copertura meno centrata su marginalità estreme evidenzia come il format dei talk show spinga verso un’analisi delle disuguaglianze diffuse piuttosto che delle emergenze sociali immediate.

Tabella 25. Gruppi target di povertà nei talk show. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025

Gruppi sociali prevalenti (risposta multipla)	Minuti (N)	Minuti (%)
Lavoratori/trici	326	62%
Anziani/e	160	30%
Persone povere in generale	106	20%
Giovani	69	13%
Donne	65	12%
Senzatetto	39	7%
Famiglie	37	7%
Immigrati/e	31	6%
Vittime catastrofi (naturali e non)	15	3%
Bambini/e	2	0%
Altre minoranze	1	0%

Pochi dati, molte opinioni e qualche pregiudizio

Nel complesso, i talk show si appoggiano a statistiche e dati di istituti di ricerca o associazioni in circa un terzo degli interventi (32%). Più spesso il dibattito procede senza un sostegno empirico, affidandosi alle dichiarazioni e opinioni degli ospiti.

Tabella 26. Presenza di statistiche e dati nei talk show. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025

Dati & Info	Minuti (N)	Minuti (%)
No	361	68%
Sì	168	32%
Totale	529	100%

Caso studio: *Dati e statistiche sulla povertà in Italia*
Programmi analizzati: *Di Martedì, Che tempo che fa, Otto e mezzo, Tango, Tg2 Post*



Sintesi trasversale

I dati presentati nei talk show evidenziano un quadro di crescente povertà e disuguaglianza in Italia, con particolare gravità nelle famiglie con figli e negli anziani soli. La povertà è ormai strutturale e interessa circa 5,7 milioni di italiani, pari a quasi il 10% della popolazione. Nei nuclei familiari con minori, i tassi raggiungono il 27-30%, e superano il 40% tra le famiglie di immigrati. Gli effetti si ripercuotono, secondo alcuni commentatori, sul declino della natalità, sulla riduzione del potere d'acquisto

e sulle difficoltà del sistema pensionistico. Parallelamente, la ricchezza concentrata aumenta: il patrimonio dei miliardari globali è cresciuto del 23%, evidenziando l'accentuarsi del divario economico.



Citazioni esemplificative

- ▶ Alessandro Di Battista (*opinionista*): "Secondo l'Eurostat il 27% dei bambini italiani sotto i 6 anni vive in condizioni di povertà."
- ▶ Fabio Fazio (*conduttore*): "Gli italiani che vivono in condizioni di povertà sono circa 5,7 milioni, quasi il 10% della popolazione."
- ▶ Tito Boeri (*economista*): "La cosa grave sono soprattutto le famiglie con figli... se un figlio nasce con disabilità lo Stato copre meno di un terzo della spesa necessaria."
- ▶ Paolo Pagliaro (*giornalista*): "Prima della crisi del 2008 il dato di povertà non superava il 3%, oggi è un elemento strutturale della società italiana. L'85% degli italiani ritiene difficile salire nella scala sociale."
- ▶ Mariagrazia Porcari (*Caritas*): "Abbiamo aiutato circa 900 famiglie a Piacenza per il pagamento di più di 2.000 bollette, anche persone con lavoro ma con rincari energetici."
- ▶ Marco Impagliazzo (*Sant'Egidio*): "Un italiano su dieci vive in povertà assoluta. Tra questi ci sono molti anziani soli, con pensioni ridotte e difficoltà nell'accesso ai servizi digitali."
- ▶ Marco Impagliazzo (*Sant'Egidio*): "A Natale organizziamo cene per persone sole, famiglie immigrate e persone con difficoltà. Il fenomeno del lavoro povero e precario è in crescita, specialmente tra i giovani."



Analisi della cornice

I dati e le statistiche vengono utilizzati dai media per costruire una cornice empirica della povertà e della disuguaglianza, evidenziando il contrasto tra ricchezza e indigenza. L'analisi sottolinea come la povertà colpisca non solo le famiglie con figli, ma anche gli anziani e le persone con lavoro precario, rendendo evidente il carattere strutturale e multidimensionale del problema. Il quadro complessivo suggerisce la necessità di interventi pubblici e sociali integrati, combinando politiche di sostegno economico, protezione sociale e solidarietà civica.

Le associazioni negative con la povertà sono piuttosto diffuse, comparendo nel 18% dei servizi analizzati. Le principali sono quelle legate a illegalità e criminalità (10%) e a passività o sfruttamento delle risorse pubbliche (10%). In misura minore, la povertà viene associata a presunta incapacità o difetto personale (6%), mentre più marginali risultano le associazioni con dipendenze da alcol o droghe (2%), cattiva igiene (2%) o background migratorio (2%).

Tabella 27. *Presenza di stereotipi e pregiudizi nei talk show. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Stereotipi e pregiudizi associati alla povertà (risposta multipla)	Minuti (N)	Minuti (%)
Associazione con illegalità/criminalità/truffe	52	10%
Associazione con passività, pigrizia, sfruttamento risorse pubbliche	51	10%
Associazione con incapacità e difetto	31	6%
Associazione con dipendenze	13	2%
Associazione con background migratorio	12	2%
Associazione con cattiva igiene	11	2%
Associazione con disagi e disturbi mentali	7	1%

Caso studio: *Degrado e immigrazione*
Programmi analizzati: *Dritto e rovescio (Rete 4), Fuori dal coro (Rete 4), Lo stato delle cose (Radio 3), Otto e mezzo (La7), Porta a porta (Rai 1), Quarta Repubblica (Rete 4), Tango (Rai 2), Far West (Rete 4), 4 di sera (Rete 4)*



Sintesi trasversale

I talk show osservati trattano la povertà nelle periferie e la marginalizzazione degli immigrati all’interno di una cornice di degrado urbano e sociale. La narrazione collega la precarietà economica, l’assenza di servizi pubblici e le difficoltà di integrazione a fenomeni di criminalità e insicurezza percepita, ma con chiari riferimenti alla responsabilità politica e alle disuguaglianze strutturali. Gli interventi mettono in luce sia la condizione materiale dei cittadini impoveriti sia gli ostacoli culturali e sociali che ostacolano l’inclusione. La cornice evidenzia inoltre la relazione tra povertà, xenofobia e fragilità sociale, sottolineando come la mancanza di opportunità educative e lavorative alimenti rabbia e marginalità, soprattutto tra i giovani immigrati.



Citazioni esemplificative

- ▶ Gianluigi Paragone (*giornalista*): “La povertà e la periferia è il fallimento di uno Stato... dentro questo deserto sociale ognuno crede di praticare la legge che vuole.”
- ▶ Giornalista (*inviato*): “Via Perlasca, Roma... oggi ci dormono spacciatori, prostitute, rom e senzatetto. L’area è confinante con una scuola materna.”
- ▶ Attivista (*persona comune*): “Un quartiere che comunque ha gran parte della sua popolazione migrante... completamente emarginata.”
- ▶ Nicola Fratoianni (*Sinistra italiana*): “Chi vive accanto alle baracche si sente insicuro... bisogna sconfiggere la povertà con lavoro, scuola e stipendi giusti.”

- Concita De Gregorio (*giornalista*): "In un paese povero cresce il rancore, la xenofobia, il razzismo... 4 persone su 10 dopo i 40 anni rinunciano alle cure."
- Maurizio De Giovanni (*scrittore*): "I ragazzi soffrono la mancanza della possibilità di realizzare i propri desideri... Perché dovrebbe cercare di rimanere nella legalità se le occasioni gli arrivano solo dalla criminalità?"
- Augusta Montaruli (*Fratelli d'Italia*): "Il tema delle periferie va affrontato... replicare modelli di rigenerazione urbana e partecipazione sociale."
- Selvaggia Lucarelli (*giornalista*): "Quando sei molto povera e giovane, è difficile ribellarsi al proprio destino... figurati la capacità di determinare il futuro di un bambino."



Analisi della cornice

Nei talk show, il tema del degrado urbano e della presenza di immigrati viene rappresentato come conseguenza di politiche di abbandono delle periferie, fragilità economiche e disuguaglianze sociali. La cornice enfatizza la connessione tra marginalità, esclusione sociale e percezione di insicurezza, evidenziando come la povertà generi tensioni sociali e culturali. Gli interventi trasversali richiamano la necessità di politiche integrate di rigenerazione urbana, accesso al lavoro, inclusione educativa e supporto sociale, contrapponendo approcci preventivi e strutturali a risposte emergenziali o puramente securitarie.

Infine, i *frame* narrativi confermano la centralità della cornice politico/economica (52%), che spesso domina il racconto. In un terzo dei casi (33%) il discorso assume una combinazione di *frame* politico e solidaristico, mentre la pura narrazione solidaristico/caritatevole rimane minoritaria (16%).

Tabella 28. Frame prevalente delle narrazioni sulla povertà nei talk show. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025

Frame prevalente	Minuti (N)	Minuti (%)
Politico/economico	273	52%
Sia solidaristico sia politico	172	33%
Solidaristico/caritatevole	84	16%
Totale	529	100%

Caso studio: Povertà e dimensione politico-elettorale
Programmi analizzati: In altre parole (Rai 3), In Onda (La7)



Sintesi trasversale

Nei talk show analizzati, la povertà viene discussa come fenomeno strettamente legato al dibattito politico ed elettorale. Gli interventi evidenziano come le disuguaglianze sociali vengano amplificate da strategie politiche e ideologiche, con una particolare attenzione alle responsabilità dei governi e alla percezione della povertà come problema pubblico. Si sottolinea inoltre come la sinistra e la destra abbiano approcci diversi: la destra tende a rappresentare la povertà come conseguenza di scelte individuali, mentre la sinistra la interpreta come un problema sociale da affrontare con strumenti di tutela e redistribuzione, come il salario minimo o le politiche di sostegno ai lavoratori poveri. Il dibattito collega la povertà al consenso elettorale e alla capacità dei partiti di intercettare le fasce sociali più vulnerabili.



Citazioni esemplificative

- ▶ Gustavo Zagrebelsky (*giurista*): "I ricchi... ci dicono: 'guardate, noi siamo il vostro modello'... Questo è un inganno ideologico che deve essere smontato... coloro che hanno meno danaro ne avranno sempre di meno."
- ▶ Elly Schlein (*Pd*): "Solo Meloni può pensare che in un paese come l'Italia... si possono segare le gambe agli aiuti contro la povertà. La destra pensa che la povertà sia una colpa individuale, noi pensiamo sia un problema sociale a cui rimediare."
- ▶ Nadia Urbinati (*politologa*): "La povertà è una cosa diversa dalla classe sociale... è un problema serissimo che ha a che fare anche con la sinistra, che è sempre ancora in affanno, alla ricerca delle giuste politiche."
- ▶ Corrado Augias (*giornalista*): "La sinistra nei tempi che cambiavano tumultuosamente non è stata in grado di afferrare il cambiamento e ha lasciato il ceto medio impoverito in braccio alla destra."



Analisi della cornice

Nei talk show, la cornice politico-elettorale interpreta la povertà come uno strumento di dibattito su responsabilità governative, ideologie e strategie elettorali. Le trasmissioni mettono in luce la polarizzazione nella rappresentazione del problema: da un lato la destra enfatizza il merito individuale e la responsabilità personale, dall'altro la sinistra sottolinea la dimensione collettiva e la necessità di interventi redistributivi. In questo contesto, la povertà diventa sia un indicatore di efficacia politica sia un tema di mobilitazione elettorale, con i talk show che pongono attenzione al consenso delle fasce sociali vulnerabili e all'interpretazione pubblica delle politiche economiche.

La povertà, una questione politica

La categoria tematica più consistente riguarda le politiche di contrasto alla povertà (52%). È il terreno su cui i talk show si soffermano maggiormente, spesso in forma di confronto politico sulle misure adottate dai governi, attuale e passato, o su quelle ritenute necessarie dagli ospiti, a seconda delle appartenenze e delle linee di pensiero. Questo rende la povertà un argomento trattato soprattutto come questione di confronto politico, più che come esperienza sociale diretta.

A una certa distanza, ma comunque con percentuali significative, si collocano due categorie con pari rilevanza: il degrado e la criminalità (16%) e i casi e storie di vita (16%). La prima categoria porta la povertà dentro la narrazione della sicurezza urbana e delle aree marginali, rischiando di rafforzare stereotipi e rappresentazioni stigmatizzanti. La seconda, al contrario, restituisce volti e testimonianze individuali, offrendo al pubblico la possibilità di entrare in contatto con vissuti concreti e talvolta drammatici.

Più marginale appare lo spazio riservato al volontariato e alla solidarietà (9%), che viene evocato soprattutto in occasione di eventi particolari o di iniziative promosse da associazioni e realtà del terzo settore. Ancora meno frequenti sono le narrazioni che collocano la povertà all'interno della crisi economica e dell'impovertimento come fenomeno strutturale (5%), distinguendosi dal dibattito politico più ampio. Residuale, infine, il riferimento alle statistiche specifiche (2%), segno che i dati empirici hanno un ruolo secondario rispetto al racconto basato su dichiarazioni e posizionamenti politici.

Tabella 29. *Categorie tematiche delle narrazioni sulla povertà nei talk show. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Categorie tematiche	Minuti (N)	Minuti (%)
Politiche contrasto povertà	277	52%
Degrado	85	16%
Casi e storie di vita	82	16%
Volontariato e solidarietà	47	9%
Crisi economica e impoverimento	29	5%
Statistiche	9	2%
Totale	529	100%

Caso studio:

Programmi analizzati:

Impoverimento della società e il format ricchi e poveri
Diritto e rovescio (Rete 4), Fuori dal coro (Rete 4), Lo stato delle cose (Radio 3), Otto e mezzo (La7), Quarta Repubblica (Rete 4), Tango (Rai 2), 4 di sera (Rete 4)



Sintesi trasversale

Nei talk show osservati, la povertà e le disuguaglianze economiche vengono rappresentate come una contraddizione sociale evidente: da un lato una parte consistente della popolazione fatica ad arrivare a fine mese, mentre dall'altro si ostenta il lusso e la ricchezza dei più abbienti. La cornice narrativa collega l'impoverimento diffuso a fenomeni strutturali, come salari bassi, precarietà lavorativa e insufficienza dei sostegni statali, mostrando come la distanza tra ricchi e poveri alimenti rabbia, frustrazione e percezione di ingiustizia. Il format televisivo evidenzia il contrasto tra il quotidiano delle famiglie in difficoltà e l'apparente leggerezza con cui alcuni individui mostrano ricchezza, suscitando dibattiti sulla responsabilità sociale, la meritocrazia, l'evasione fiscale e l'efficacia delle politiche di sostegno. La cornice mette in luce tensioni culturali e morali: non si discute tanto della ricchezza in sé, quanto del suo impatto sulla coesione sociale e sulla dignità di chi vive in condizioni di povertà.



Citazioni esemplificative

- ▶ Donna intervistata (*persona comune*): "Prima di far vedere tutti questi lussi, bisognerebbe vedere tanti italiani che muoiono di fame... Non è invidia, è rabbia."
- ▶ Paolo Del Debbio (*giornalista*): "Il problema non è chi è ricco, il problema è chi è povero... devono avere a sufficienza per campare, per fare una vita dignitosa."
- ▶ Giovanni Urso (*imprenditore*): "Bisogna smettere di lamentarsi sempre, bisogna essere un po' positivi, rimboccarsi le maniche e lavorare."
- ▶ Michele Gubitosa (*M5S*): "Questa ostentazione... quando c'è un paese che soffre e in difficoltà."
- ▶ Marco Revelli (*sociologo*): "Il vero scandalo non è tanto che esistano dei ricchi, ma che esistano dei poveri in condizioni tali che hanno molto meno di quello che meriterebbero."
- ▶ Aldo Riboni (*Ultima generazione*): "Più di metà degli italiani fa fatica ad arrivare alla fine del mese anche se lavora... metà degli italiani non sono liberi in questo momento."
- ▶ Giuseppe Cruciani (*giornalista*): "Lei non si deve incatenare di fronte a Cracco... quando uno è in grave difficoltà c'è lo Stato che deve intervenire."
- ▶ Maria Letizia Ruello (*Ultima Generazione*): "Il superfluo crea la mancanza dell'essenziale."
- ▶ Giorgio Cremaschi (*Potere al popolo*): "Ci sono i poveri perché ci sono i ricchi... più i poveri diventano poveri, più i ricchi prendono i soldi dei poveri."

Analisi della cornice

Nei talk show, il contrasto tra ricchezza e povertà viene rappresentato come un indicatore di ingiustizia sociale e di disuguaglianza strutturale. Il format dei

“ricchi e poveri” enfatizza la tensione morale tra ostentazione del lusso e difficoltà della vita quotidiana di chi vive in povertà, suscitando dibattito tra approcci meritocratici e misure di sostegno pubblico. La cornice sottolinea come la narrazione mediatica non demonizzi la ricchezza in sé, ma evidenzi le sue implicazioni sociali, collegando l’impoverimento diffuso a fenomeni come precarietà, iniquità fiscale, insufficienza dei salari e squilibri nei servizi pubblici. In questo modo, i talk show pongono l’accento su responsabilità collettiva, ruolo dello Stato e della società nel mitigare la povertà e sulla necessità di un dibattito etico tra merito, lusso e solidarietà sociale.

Una questione di opinioni

Per comprendere meglio il dibattito sulla povertà nei talk show, è utile analizzare chi prende la parola. Dei 520 minuti complessivi dedicati all’argomento dagli ospiti emerge che circa un terzo del tempo (32%) è stato occupato da figure del mondo dell’informazione, tra giornalisti e giornaliste, cronisti e croniste, commentatori e commentatrici. Questo conferma il ruolo centrale dei media nel modellare il racconto della povertà, sia nella scelta dei temi che nell’interpretazione dei fenomeni sociali.

A seguire, con il 24% del tempo, troviamo rappresentanti del mondo politico e delle istituzioni, la cui presenza sottolinea come il tema sia spesso affrontato dal punto di vista delle politiche pubbliche, delle misure di contrasto e dei dibattiti parlamentari o locali. Soggetti legati alla cronaca e alla gente comune, in qualità di testimoni e protagonisti di storie di vita, raccolgono il 13% del tempo.

Tutte le altre categorie hanno un peso relativamente marginale: il mondo economico e finanziario e il mondo delle associazioni occupano ciascuno il 6% del tempo, mentre il mondo delle professioni raccoglie il 5%. Seguono i sindacati e associazioni di categoria (4%), il mondo dell’arte e della cultura (3%), soggetti confessionali (3%), il mondo dello spettacolo (2%) e, infine, la giustizia (2%).

Questa distribuzione evidenzia come l’informazione e il dibattito sulla povertà nei talk show siano affidati principalmente a giornalisti e politici, mentre le altre voci, pur presenti, rivestono un ruolo secondario. La sottorappresentazione riguarda non solo le persone in condizioni di povertà, protagoniste in quanto vittime del fenomeno, ma anche esperti ed esperte di economia e società e rappresentanti di associazioni di categoria. Include inoltre le figure più vicine alle realtà di marginalità, come le associazioni del terzo settore e delle chiese, che prestano aiuto e soccorso a persone povere ed emarginate e offrono testimonianze dirette delle condizioni quotidiane di chi vive in situazioni di esclusione sociale.

Dal punto di vista del genere, la rappresentanza femminile è ancora limitata. Nei talk show dedicati alla povertà, gli uomini occupano il 67% del tempo di paro-

la, contro il 33% delle donne, confermando una significativa sottorappresentazione femminile nei dibattiti su temi sociali di rilevanza pubblica.

Tabella 30. *Categorie ospiti che hanno parlato di povertà nei talk show. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Categorie sociali	Minuti (N)	Minuti (%)
Rappresentanti dell'informazione	169	32%
Rappresentanti della politica e delle istituzioni	127	24%
Soggetti della cronaca e gente comune	69	13%
Rappresentanti del mondo economico e finanziario	33	6%
Rappresentanti delle associazioni	30	6%
Rappresentanti delle professioni	27	5%
Rappresentanti di sindacati e associazioni di categoria	22	4%
Rappresentanti dell'arte e della cultura	16	3%
Rappresentanti della Chiesa e altri soggetti istituzionali	14	3%
Rappresentanti dello spettacolo	12	2%
Rappresentanti della giustizia	10	2%
Totale	529	100%

Tabella 31. *Genere ospiti che hanno parlato di povertà nei talk show. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

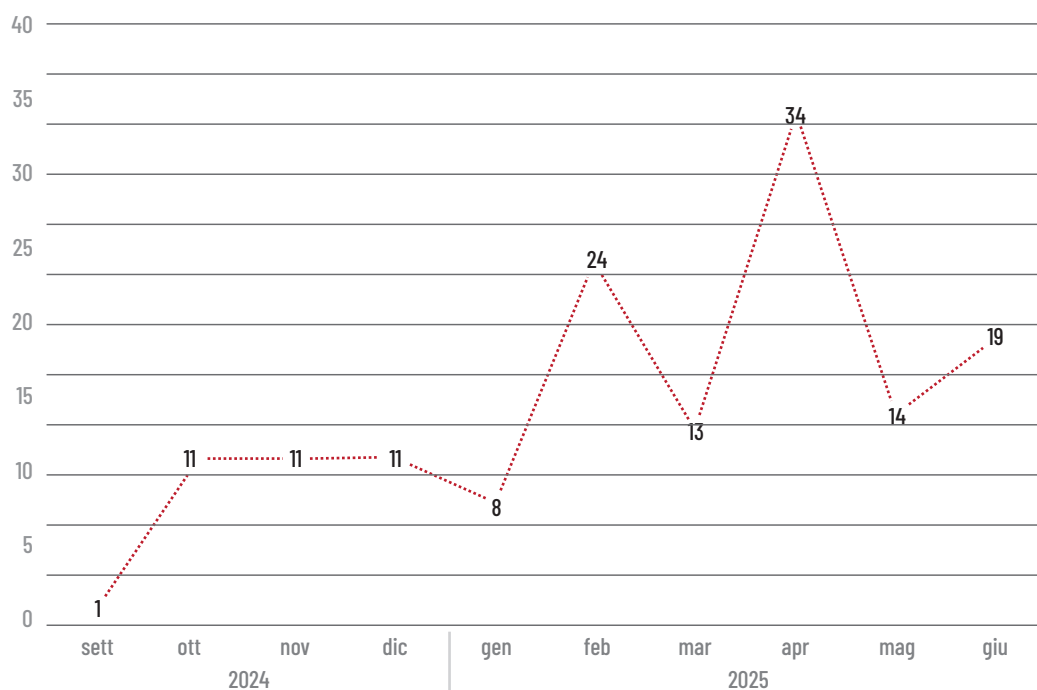
Genere	Minuti (N)	Minuti (%)
Uomini	356	67%
Donne	173	33%
Totale	529	100%

RISULTATI DI ANALISI: INFLUENCER SU FACEBOOK

Una copertura discontinua

Nel corso dei 9 mesi campione, l'attenzione dei 12 giornalisti italiani più social al tema della povertà, su Facebook, appare discontinua, con un picco a febbraio e uno ad aprile.

Grafico 4. Post di Facebook sulle povertà. Distribuzione per mese. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025. Base dati: 708



Febbraio 2025 segna un picco generato da un post pubblicato più volte da Salvo Sottile sulla partecipazione al Festival di Sanremo di Simone Cristicchi "il cantante che ha fatto commuovere, milioni di spettatori ma ha anche spaccato anche l'Italia tra chi lo considera un furbo, a caccia di lacrime facili e chi invece lo vede come un artista illuminato, che magari non punta sulla voce, sul fisico, sul look glamour, ma sull'urgenza di dare voce a chi non ce l'ha, i malati, i folli, gli emar-

ginati”, rispetto a cui il giornalista si chiede “Chi e’ davvero Simone cristicchi?”¹³ e invita i suoi follower ad ascoltare il suo commento su YouTube.

Aprile 2025 è caratterizzato da una serie di post dedicati alla morte di Papa Francesco, ricordato, fra l’altro, per il suo impegno nei confronti delle persone povere ed emarginate.

In entrambi i casi, la povertà non è l’argomento centrale dei post, ma emerge al seguito di notizie che riguardano personaggi pubblici impegnati, in un modo o nell’altro, a favore delle persone povere ed emarginate.

Questa collocazione della povertà *a latere* di altri nuclei informativi caratterizza non solo i post che hanno generato i due picchi, a febbraio e ad aprile, ma la maggior parte dei post analizzati, per l’esattezza il 79%.

Tabella 32. *Centralità o marginalità del tema povertà nei post di Facebook. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Centralità/marginalità	Post (N)	Minuti (%)
Marginale	116	79%
Centrale	30	21%
Totale	146	100%

La prevalenza della povertà assoluta

Fra i diversi tipi di povertà a cui i post fanno riferimento, prevale la povertà assoluta (57%), a seguire la povertà relativa (33%). Meno frequente è la povertà estrema (8%), e residuale è la percentuale di post che fa riferimento a tutti questi diversi tipi di povertà (2%).

Il 71% dei post fa riferimento alla povertà materiale, la forma immateriale è meno ricorrente (16%), così come la combinazione fra le due (12%).

Il 76% dei post si focalizza su una sola dimensione della povertà, solo il 24% ne configura le caratteristiche complesse che ne fanno una condizione multidimensionale.

Questo risultato può essere ricondotto al fatto che, nella maggior parte dei post analizzati, la questione è solo citata oppure trattata in modo superficiale, come confermano anche i risultati sulla frequenza delle diverse categorie di povertà predefinite al livello più micro della tassonomia utilizzata per l’analisi.

¹³ Il testo del post pubblicato da Salvo Sottile è riportato come nella versione originale, che contiene alcuni errori di battitura.

Tabella 33. *Tipologia di povertà trattate nei post di Facebook. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Tipologia di povertà	Post (N)	Post (%)
Assoluta	83	57%
Relativa	48	33%
Estrema	12	8%
Combinazione di estrema, assoluta e relativa	3	2%
Totale	146	100%

Tabella 34. *Forme di povertà trattate nei post di Facebook. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Forme di povertà	Post (N)	Post (%)
Materiale	104	71%
Immateriale	24	16%
Sia materiale sia immateriale	18	12%
Totale	146	100%

Tabella 35. *Dimensioni di povertà trattate nei post di Facebook. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Dimensioni di povertà	Post (N)	Post (%)
Multidimensionale	111	24%
Unidimensionale	35	76%
Totale	146	100%

Le due categorie generiche povertà in generale e emarginazione in generale sono le più frequenti: la prima è presente in oltre la metà dei post, la seconda in quasi 1 post su 5. Le categorie di povertà più specifiche sono meno frequenti.

Fra queste ultime, la povertà abitativa è la più ricorrente. È stata rilevata in due tipologie di contenuti: post su eventi climatici disastrosi, come l'alluvione in Emilia Romagna nell'ottobre del 2024 e gli incendi che hanno devastato Los Angeles nel gennaio del 2025, che hanno lasciato senza casa le persone residenti, costrette a sfollare; post focalizzati su persone senza fissa dimora coinvolte in fatti di cronaca.

Nel primo tipo di post, la povertà abitativa è chiaramente una povertà relativa, quantomeno perché congiunturale; nel secondo tipo, invece, è estrema. Che si tratti di un tipo di post o dell'altro, raramente, tuttavia, costituisce l'occasione per un approfondimento.

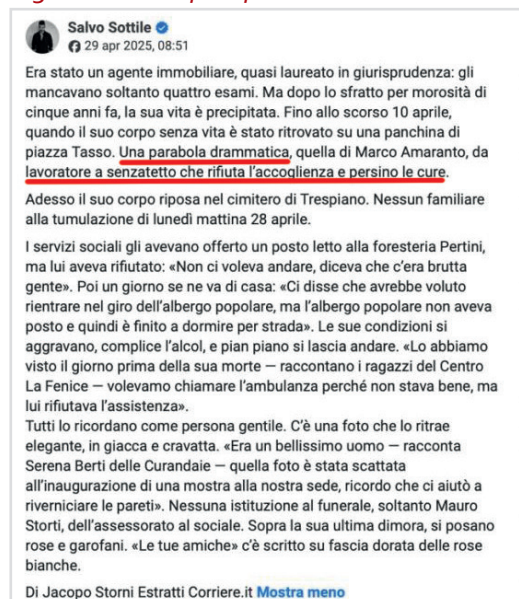
Nel primo caso, il tema della povertà abitativa emerge insieme al tema della povertà ambientale/climatica, sempre più emergente anche in paesi come l'Italia

o gli Stati Uniti, storicamente meno a rischio di altri paesi, ma non rappresenta l'occasione per indagarne le cause, né le misure di prevenzione o adattamento.

Nel secondo caso, il complesso tema dell'*homelessness*, esemplificativo della povertà più estrema e presente in ogni società, emerge contestualmente ad altre povertà, come quella alimentare e sanitaria, ma solo in 5 post va oltre il singolo evento cronachistico.

Si tratta di post, tutti pubblicati dallo stesso giornalista, Salvo Sottile, che raccontano, o rinviano ad articoli di quotidiani che raccontano, storie di persone senza fissa dimora, partendo da eventi di cronaca, con l'evidente intento di porre all'attenzione dell'opinione pubblica il tema della povertà estrema, in particolare della sua complessità, nel comporsi di deprivazioni materiali e solitudini sociali, e della sua prossimità, nel potere di trascinare rapidamente con sé anche persone ben inserite nella società. La trattazione, però, anche qui, non va oltre la cronaca, perdendo l'occasione di indagarne cause e possibili soluzioni.

Figura 1. Esempi di post sull'*homelessness*



La povertà lavorativa emerge in (pochi) post focalizzati sull'aumento della povertà in Italia a causa della stagnazione dei salari, contestuale all'aumento dell'inflazione, in occasione per esempio della pubblicazione di dati ISTAT sulla povertà nell'ottobre 2024, di dati ISTAT sull'occupazione, nel mese di maggio 2025 e di uno studio della CGIL, sempre sull'occupazione e sempre a maggio, mese che inizia con la festività dedicata al lavoro, una ricorrenza che innalza l'attenzione sulla condizione di impoverimento di chi lavora.

La povertà alimentare trova spazio in pochi post, la metà dei quali pertinenti un caso di duplice omicidio passato alla cronaca come il giallo di Villa Pamphilj. Il 7 giugno del 2025 i corpi di una donna e di una neonata sono stati trovati nel parco romano della Villa Doria Pamphilj. Le indagini della polizia si sono concentrate inizialmente su due fronti: l'identificazione delle vittime e del legame fra loro (solo in un secondo momento si è avuta la certezza che fossero madre e figlia) e la ricerca di un sospettato, un uomo che era stato visto frequentare il parco e campeggiare con la donna e la bambina nei giorni precedenti. Subito è emerso che tutti e tre avevano vissuto in condizioni di estrema precarietà, campeggiando in una tenda all'interno del parco e che la coppia era conosciuta dalle associazioni caritatevoli di Roma, poiché si era rivolta a queste strutture, incluse le mense dei poveri, per avere qualcosa da mangiare. Al di là degli aspetti investigativi, il coinvolgimento delle mense e delle associazioni caritatevoli ha acceso i riflettori sul tema della povertà abitativa e alimentare.

Gli altri post menzionano la povertà alimentare in contenuti strumentali alla critica politica. Fra i più esemplificativa, in tal senso, il post pubblicato da Nicola Porro alla vigilia di Natale: "Capodanno a Modena: 130mila euro per Skin DJ, mentre 4.300 poveri restano senza cena".

La povertà culturale/educativa trova spazio in 6 post su 7 al seguito di una narrazione ricorrente anche in post sulla povertà in generale che prendono di mira l'elettorato di destra, statunitense e italiano, connotato come una parte della popolazione poco o per nulla istruita che, nella speranza di veder migliorare le proprie condizioni di vita, ha votato Trump o i partiti italiani attualmente al governo in Italia, ritrovandosi però più povera di prima. Si tratta chiaramente di post che fanno riferimento alla povertà culturale ed educativa in modo strumentale al dibattito politico alimentato dagli stessi autori che li pubblicano, senza l'intenzione, almeno apparente, di affrontare la questione della povertà culturale ed educativa, che, al contrario, è pregiudizievole associata a una quota della popolazione, stigmatizzata proprio sulla base di una (presunta) povertà culturale ed educativa. In particolare, Fabio Salamida si rivolge agli elettori di destra, che presume essere suoi follower, chiamandoli provocatoriamente "analfaby".

Figura 2. Esempio di post sulla povertà culturale/educativa come tema strumentale allo scontro politico

Reactions: 2575

Commenti: 221

Shares: 304

Visualizzazioni: 38.577

**Fabio Salamida** 4 mag 2025, 07:41

Cari analfaby,

so che quello che state per leggere vi turberà un po', ma penso che sia giunto il momento di spiegarvi come stanno realmente le cose.

Voi pensate che i piccoli e i grandi successi elettorali dei partiti che tifate siano fonte di "sofferenza" per me e per tante altre persone, ma in realtà vi sbagliate.

Certo, ci preoccupano provvedimenti abominevoli come il ddl Sicurezza e tante altre misure che colpiscono persone fragili; ci fanno indignare i soldi buttati per dei canili in Albania quando c'è gente che non riesce a curarsi (anche molti di voi non ci riescono...); ci infastidisce non avere più un treno in orario neanche per sbaglio, ma nel complesso la nostra vita procede come al solito.

E nel mio caso vi sbagliate doppiamente, perché voi e gli improbabili personaggi che votate siete il mio core business.

Cosa vuol dire?

Vuol dire che se l'Italietta fosse un Paese normale, popolato solo da persone perbene e normodotate, un Paese con un analfabeta funzionale ogni dieci persone adulte e non due ogni tre, probabilmente mi occuperei di altro: magari di cinema, di arte o di cucina.

Invece, grazie a voi e agli improbabili personaggi che tifate, ho tante cose da raccontare su queste piattaforme, negli articoli che scrivo sui giornali e nei libri.

Grazie a voi non mi annoio mai e lavoro tanto.

Perché grazie a voi esiste il girasagre.

Perché grazie a voi c'è un ministro dell'Agricoltura che arriva a dire che bere troppa acqua fa male.

Perché grazie a voi c'è una ministra del Turismo che parla della sua collezione di borse mentre si discute una mozione di sfiducia contro di lei in Parlamento.

E potrei continuare a lungo.

Anche se non ve ne rendete conto, perché probabilmente avete fatto male le scuole elementari e a casa non avevate una famiglia all'altezza della situazione, quelli che se la passano male e che se la passeranno sempre peggio siete proprio voi.

Siete voi che diventerete sempre più poveri e arrabbiati. E ci sarà sempre qualcuno che vi manipolerà a suo piacimento sfruttando la vostra rabbia.

Siete voi che non avete gli strumenti per migliorare la vostra vita e quella dei vostri cari. E quando smetterete di tifare per questi, come avete smesso di tifare per quelli di prima, tiferete per qualcosa di peggio.

E quindi no, cari analfaby, io non "rosico", non ho bisogno di prendere il "malox" (anche perché si scrive con due "a"), il mio fegato sta una favola, non sto impazzendo, non mi brucia nulla e anzi, vi dirò la verità, trovo tutto molto divertente.

Prima di salutarvi con un caloroso abbraccio, apro l'occasione per mandare un ringraziamento particolare ai "migliori" di voi che anche quest'anno hanno contribuito al mio benessere e a tante spese frivole con i loro insulti lautamente risarciti.

Grazie, grazie e ancora grazie. E mi raccomando: continuate così!

[Mostra meno](#)



Un solo post, di fatto, tratta la povertà educativa come questione sociale, in particolare legata alla violenza contro le donne, per sradicare la quale molte associazioni femminili chiedono una legge che riempia il vuoto normativo nazionale sull'educazione affettiva e sessuale nelle scuole.

Figura 3. Esempio di post sulla povertà culturale/educativa



Accoltellate, strangolate, colpite con forbici o sassi. Sono 21 le ragazze e le donne uccise nei primi cinque mesi del 2025, assassinate da fidanzati, compagni, ex mariti. Le biografie raccontano che cinque di loro avevano meno di trent'anni, tre erano studentesse: Ilaria Sula e Sara Campanella, coi loro 22 anni, Martina Carbonaro poco più che una bambina. Come giovanissimi sono i loro aggressori. Lo scorso anno erano sette quelle morte da adolescenti o poco più, dodici nel 2023, tra loro c'era Giulia Cecchettin.

A sfogliare report, è vero, è alta l'età media delle vittime di femminicidio, ma le associazioni che si occupano di violenza di genere segnalano da anni come siano sempre più le ragazze seguite, controllate, picchiate, uccise, stuprate.

Osservatorio femminicidi

Nel 2024 un'indagine di Differenza donna sulla violenza nei legami tra adolescenti raccontava che più del 60 per cento delle ragazze ha subito almeno una violenza psicologica, verbale o digitale; quasi il 40% ha scoperto che il fidanzato ha controllato vestiti, cellulare, amicizie. E ancora: un adolescente su tre crede che la gelosia sia amore, due su cinque che la geolocalizzazione sia accettabile.

Al 1522, il numero unico contro la violenza di genere, da almeno un paio di anni sono sempre di più le giovani che chiamano per raccontare schiaffi e persecuzioni durante o dopo la fine delle relazioni. «Da qualche anno in qua abbiamo intercettato soprattutto le violenze telematiche, il controllo dei social, di whatsapp, le minacce via web tra giovanissimi», racconta la coordinatrice Arianna Gentili.

Anche la Commissione parlamentare sui femminicidi aveva colto le storie di tante ragazze a rischio violenza. La magistrata Paola De Nicola, che di quella commissione era consulente giuridica, spiegava che la ragione sta «nello scarto profondissimo tra le giovanissime che vivono nuove libertà come un diritto e non tollerano la violenza che madri o nonne accettavano, e i giovani maschi violenti perché incapaci di accettare quella libertà».

Secondo Celeste Costantino, vicepresidente di Una Nessuna Centomila, una spiegazione sta nel fatto che «i giovani sono attraversati dai fallimenti, dal desiderio del controllo, dalla gelosia e dal possesso che applicano su loro stessi e all'interno delle loro relazioni». E così pure la sociologa Lella Palladino, fondatrice della cooperativa Eva, convinta che si debba «partire dalla lettura femminista della violenza per affrontare quegli stereotipi e pregiudizi che legano ancora la costruzione dell'identità di genere maschile al possesso e controllo della propria partner, al punto da non riuscire a sostenere la libertà di scelta di queste ragazze fino alle estreme conseguenze del femminicidio».

C'è, di fondo, un grande tema di povertà educativa, nel Paese in cui ancora, unico con altri cinque in Europa, manca una legge per insegnare sesso e affetto nelle classi. Lo dicono, ad esempio, la Rete per la sicurezza dei minori e degli adolescenti o il Telefono rosa che denuncia come ancora non si riesca ad avere «un piano organico di formazione ed educazione per le ragazze e i ragazzi». Secondo Cecilia D'Elia, senatrice Pd e vicepresidente della Commissione sul femminicidio, serve allora «un lavoro urgente di destrutturazione degli stereotipi che ancora ingabbiano ragazze e ragazzi. Educare alle relazioni sane e paritarie — dice — è una priorità assoluta, se si vuole smettere di aggiungere nomi alla conta dei femminicidi»

Di Viola Giannoli

Repubblica.it [Mostra meno](#)



Le povertà energetica, relazionale, sanitaria, femminile e minorile hanno un'incidenza inferiore al 5%, equivalente a un numero di post compreso fra 1 e 6, nessuno dei quali approfondisce la tematica.

Le povertà energetica e sanitaria sono citate in contenuti di natura prevalentemente politica, focalizzati sull'impoverimento dell'Italia, ma non costituiscono mai oggetto di approfondimento.

Anche le povertà femminile e relazionale non sono mai approfondite, compaiono però non in post di politica, ma di cronaca, post che raccontano storie di donne o uomini senza fissa dimora che hanno rescisso legami con la famiglia di origine e/o hanno rescisso ogni rete sociale.

La povertà minorile, infine, è ricorrente in pochi post di cronaca che pur non approfondendo la questione portano l'attenzione sul tema della povertà. La povertà delle persone anziane è assente.

Tabella 36. *Categorie specifiche di povertà nei post di Facebook. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Categorie specifiche di povertà risposta multipla)	Post (N)	Post (%)
Povertà in generale	79	54%
Emarginazione in generale	34	23%
Abitativa	24	16%
Lavorativa	12	8%
Ambientale/climatica	9	6%
Alimentare	8	5%
Culturale/educativa	7	5%
Energetica	6	4%
Relazionale	6	4%
Sanitaria	5	3%
Femminile	2	1%
Minorile	1	1%

L'Italia in primo piano

Il contesto geografico prevalente è quello nazionale, in particolare, l'Italia in generale che, in assoluto, è il contesto più frequente (48%). Le aree urbane, sempre su scala nazionale, hanno una frequenza nel 14% e quelle rurali dell'1%. L'Italia delle periferie è assente.

Il secondo contesto più frequente è quello del Mondo in generale (25%), a cui si riferiscono soprattutto post che menzionano in modo molto generico il problema della povertà nel mondo, per esempio, ricordando la figura di Papa Francesco.

Gli Stati Uniti sono ricorrenti nel 5% dei post, tutti concentrati sull'impoverimento della *working class* statunitense, talvolta presa di mira da alcuni giornalisti con l'accusa di aver favorito l'elezione di Trump.

L'Europa è frequente nel 3% di post, che accennano all'impoverimento del vecchio continente.

Tutti gli altri contesti hanno una incidenza marginale, compresa fra l'1 e il 2%.

Tabella 37. *Contesto geografico prevalente delle povertà nei post di Faceook. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Contesto geografico	Post (N)	Post (%)
Italia in generale	70	48%
Mondo in generale	36	25%
Italia, aree urbane	21	14%
Stati Uniti	8	5%
Europa	4	3%
Centro-Sud America	3	2%
Italia, aree rurali	2	1%
Asia	1	1%
Africa	1	1%
Totale	146	100%

Poveri senza volto o senzاتetto

In linea con l’attenzione riservata alle diverse povertà, le persone povere in generale – persone la cui condizione di povertà diventa fagocitante nella parola che le definisce semplicemente “poveri”, senza alcun elemento che consenta di profilarne l’identità, lasciandole sostanzialmente in un anonimato senza volto - sono il gruppo più rappresentato (74%), seguono le persone senzатetto (8,2%), i lavoratori (7,5%), le vittime di catastrofi ambientali/climatiche (6,2%) e gli immigrati (2,7%). Giovani, bambini e famiglie hanno frequenze attorno all’1%. Le persone anziane risultano assenti.

Tabella 38. *Gruppi target di povertà nei post di Facebook. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Gruppi sociali prevalenti (risposta multipla)	Post (N)	Post (%)
Persone povere in generale	108	74,0%
Senzatetto	12	8,2%
Lavoratori/trici	11	7,5%
Vittime catastrofi (naturali e non)	9	6,2%
Donne	6	4,1%
Immigrati/e	4	2,7%
Giovani	3	2,1%
Famiglie	1	0,7%
Bambini/e	1	0,7%
Anziani/e	0	0,0%
Altre minoranze	0	0,0%
Totale	146	100%

L’assenza di dati

Dati statistici in grado di inquadrare il fenomeno della povertà sono presenti solo nel 3% dei post, 5 in tutto.

Tabella 39. *Presenza di statistiche e dati nei post di Facebook. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Dati & Info	Post (N)	Post (%)
No	141	97%
Sì	5	3%
Totale	146	100%

Si tratta di un numero esiguo che, insieme agli altri risultati dell’analisi, contribuisce a delineare un’attenzione al tema della povertà non solo marginale, ma anche superficiale, prevalentemente priva della contestualizzazione che può essere fornita da una serie di indicatori statistici. Un risultato ascrivibile al fatto che la povertà non rappresenta quasi mai l’oggetto di interesse principale dei post analizzati, ma emerge al seguito di altri valori notizia, come dimostrano anche i risultati sulle categorie tematiche più ricorrenti.

La povertà tra cronaca e politica

Il 34% dei post pertinenti la povertà riguardano la politica: si tratta di contenuti in cui la povertà emerge prevalentemente come argomento strumentale, fra altri, alle critiche dei giornalisti autori dei post, politicamente schierati a destra o a sinistra, alle politiche del Governo italiano attualmente in carica o, a seconda del posizionamento politico, di Governi precedenti.

Nel 23% dei casi, la povertà emerge come condizione contingente o permanente delle persone coinvolte in fatti di cronaca nera o giudiziaria dalla natura più disparata - dagli sfollati per l'alluvione in Emilia Romagna o gli incendi a Los Angeles, alle truffe per ottenere benefici fiscali o aiuti di Stato, fino al processo per l'eredità di una donna di Torino vissuta in povertà e morta con un patrimonio di 5 milioni di euro - senza diventare il focus del post, fatta eccezione per quelli che si focalizzano su storie di povertà con l'evidente intento di sensibilizzare i follower sull'argomento, di cui si è già scritto sopra.

Il 14% dei post rientra nella categoria tematica della religione, in cui si concentrano le notizie sulla morte di Papa Francesco, che sono l'occasione per dare visibilità al tema della povertà, ma non come tema centrale. Il valore notizia di questi contenuti non è la povertà, ma la morte del Papa.

Lo stesso si può dire per il 13% delle notizie di cultura e spettacolo, che menzionano la povertà o l'emarginazione al traino di altri argomenti.

I temi dell'economia e lavoro e delle questioni sociali, le due categorie più consona a una trattazione focalizzata sulla povertà come condizione di deprivazione economica, da un lato, e sociale/relazionale, dall'altro, sono invece le meno ricorrenti, con una frequenza rispettivamente del 5% e dell'1%.

Tabella 40. *Categorie tematiche delle narrazioni sulla povertà nei post di Facebook. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Categorie tematiche	Post (N)	Post (%)
Politica	49	34%
Cronaca	34	23%
Religione	20	14%
Cultura e spettacolo	19	13%
Economia e lavoro	15	10%
Questioni sociali	8	5%
Altro	1	1%
Totale	146	100%

La povertà in bilico fra strumentalizzazione politica e compassione

I risultati sulle cornici narrative, attestano la prevalenza del *frame* politico/economico (53%), seguito da quello solidaristico/caritatevole (39%), meno frequente è il *frame* securitario (7%). Un *frame*, quest'ultimo, che caratterizza solo i post di cronaca, ma ne caratterizza meno di uno su tre (29%), attestando la prevalenza di uno sguardo più compassionevole che impaurito su storie di vita, e spesso anche di violenza, di persone povere o ai margini della società. Il 53% dei post di cronaca ha infatti un *frame* solidaristico/caritatevole.


Tabella 41. *Frame prevalente delle narrazioni sulla povertà nei post di Facebook. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Frame prevalente	Post (N)	Post (%)
Politico/economico	78	53%
Solidaristico/caritatevole	57	39%
Securitario	10	7%
Altro	1	1%
Totale	146	100%

Un terzo dei post, infine, attesta la presenza di almeno uno stereotipo, ovvero la correlazione della povertà o della marginalità sociale con qualche condizione altra/diversa dalla povertà ma stereotipicamente associata alla povertà.

Fra queste condizioni, prevale l'incapacità o difetto (16%), attribuita, in post strumentali al dibattito politico, ai (relativamente) poveri che hanno votato Trump o i partiti della destra italiana, sperando di veder migliorare le proprie condizioni di vita, non rendendosi conto che quella scelta elettorale li avrebbe impoveriti ulteriormente. Si tratta di un'associazione chiaramente negativa, volutamente provocatoria e funzionale ad alimentare il dibattito politico, estremizzandolo.

Figura 4. Esempio di post che associano povertà e incapacità/difetto



Fabio Salamida ●
13 nov 2024, 23:10

Viviamo in un tempo strano.

Viviamo in un tempo popolato da mandrie di ignoranti e dai loro scaltri padroni: ridicoli affabulatori che godono del consenso e del tifo da stadio di chi spera di ricevere, in cambio di quel tifo, un po' di attenzioni.


Mandrie che sognano una rivincita che non arriverà mai. Che vivono in delle realtà virtuali in cui credono di combattere dei nemici che in verità non esistono. I terribili "migranti", i soliti "comunisti", l'ideologia "woke" e altre creature fantastiche.

E mentre credono di combattere - e persino di vincere - le loro vite si decompongono; ma loro non se ne accorgono, perdono pezzi di carne ma non si rendono conto di nulla, come malati terminali sotto anestesia.

Viviamo in un tempo in cui tanti poveri fanno gli interessi di pochissimi super ricchi. Poveri che dicono "no" a delle tasse che non pagheranno mai e subiscono i tagli alla sanità e ai servizi essenziali, tagli che servono proprio a non aumentare le tasse a quei super ricchi.

Ora il nuovo idolo delle mandrie è Elon Musk: poco importa che venda quelle auto elettriche così costose e così odiate dalle mandrie. Poco importa che abbia avuto dei figli con quello che i padroni delle mandrie chiamano "utero in affitto" e "reato universale". Poco importa che sia un immigrato, come i tanti immigrati odiati dalle mandrie su ordine dei loro padroni.

Le mandrie ci mostrano come può regredire l'essere umano. E ci raccontano il drammatico fallimento di chi aveva il compito di farlo evolvere. [Mostra meno](#)



Fabio Salamida ●
27 gen 2025, 21:08

La verità è che il signor presidente Giorgia sa bene che domani potrà dire il contrario di quello che ha detto oggi.

Sa bene di essere votata da mandrie di analfaby che tifano per lei anche se lei le fa stare sempre peggio: anche se fare la spesa costa di più, anche se il carburante costa di più, anche se le bollette sono sempre più care, anche se la visita per controllare le emorroidi arriverà nel 2050, anche se ha messo un girasagre ministro dei Trasporti e i treni non passano più.

Gli analfaby hanno votato per vent'anni il predecessore del signor presidente Giorgia. Lo hanno votato fino all'ultimo, anche quando stava per mandarli a vendere caldarroste agli angoli delle strade. Per loro la politica è tifo: trattano ogni argomento con il piglio di un bambino di 7 anni con problemi comportamentali.

Per questo sanno scrivere solo "rosica", "malox" (con una sola a) e frasi senza né capo né coda in un italiano stentato.

Molte e molti di loro hanno smesso di votare l'ex amico intimo della presunta nipote di Mubarak solo quando ha iniziato a fargli un po' senso l'uomo anziano che si circondava di ragazzine che potevano essere le sue nipoti. Se l'ex padrone di Dudù non fosse inciampato sui suoi vizi gli analfaby lo avrebbero votato ancora, anche ridotti alla totale povertà.

Perché la qualità dei governanti rispecchia quella dei loro elettori. Governanti scarsi sono votati da elettori scarsi.

È impopolare dirlo? Probabile, ma io non devo essere popolare, non sono un politico.

E poi sono convinto che l'unica soluzione per risolvere questo Paese sia far prendere coscienza agli analfaby, almeno a una parte di loro: solo se capiranno di esserlo saranno motivati e si sforzeranno per uscire dalla loro condizione. Coccolarli non serve assolutamente a nulla.

[Mostra meno](#)

L'associazione della povertà con fenomeni di illegalità/criminalità/truffe è la seconda per incidenza (12%) e presenta caratteristiche diverse dalla prima. Non si tratta, infatti, di un'associazione provocatoria che finisce con il colpevolizzare persone povere, bensì di una contestualizzazione. Caratterizza, infatti, post che raccontano episodi di criminalità violenta o non violenta, in cui delle persone povere sono vittime, come nei casi di clochard aggrediti o uccisi, oppure delle persone che si sono finte povere sono colpevoli, come nei casi di truffe sul reddito di cittadinanza o altri sussidi pubblici. Sebbene l'associazione con il contesto criminale sia in questi casi imprescindibile alla contestualizzazione dell'evento e dunque alla completezza della notizia, finisce comunque per alimentare pregiudizi sulla condizione della povertà.

L'associazione con forme di dipendenza, per esempio da alcol o sostanze stupefacenti, ha un'incidenza del 6%. Non emerge mai con intenzioni stigmatizzanti, ma finisce inevitabilmente per porre l'attenzione su comportamenti individuali che allontanano lo sguardo dalle radici strutturali della povertà. E, in fondo, forse sono dettagli inessenziali alla comprensione della notizia.

Tutte le altre condizioni associate alla povertà hanno un'incidenza marginale, pari o inferiore al 5%.

Tabella 42. *Presenza di stereotipi e pregiudizi nei post di Facebook. Periodo: 15 settembre 2024 - 15 giugno 2025*

Stereotipi e pregiudizi associati alla povertà (risposta multipla)	Post (N)	Post (%)
Associazione con incapacità e difetto	23	16%
Associazione con illegalità/criminalità/truffe	18	12%
Associazione con dipendenze	9	6%
Associazione con background migratorio	8	5%
Associazione con disagi e disturbi mentali	2	1%
Associazione con passività, pigrizia, sfruttamento risorse pubbliche	2	1%
Associazione con cattiva igiene	0	0%

CONCLUSIONI

Elementi positivi

- **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.

Criticità emerse

- **La povertà è un tema trascurato nei TG** (2% dei servizi), **nei talk show** (6% delle puntate) e **sui social** (0,8% dei post), con picchi legati a eventi simbolici o eccezionali.
- **TG, talk show e social mostrano una tendenza comune a inquadrare la povertà come terreno di scontro politico**, riducendo lo spazio per analisi specificamente dedicate al fenomeno.
- **Rappresentanti del mondo politico e delle istituzioni dominano i dibattiti in TV e costituiscono le fonti principali della povertà nei TG**; mentre persone povere, rappresentanti di associazioni che lavorano con le persone povere ed emarginate, esperte ed esperti, gruppi vulnerabili quali donne, minori e anziani sono marginali.
- In tutti e tre i generi informativi **si osservano associazioni problematiche tra povertà, criminalità, degrado urbano o incapacità individuale (sui social)**.

- **Solo una minoranza di servizi, puntate e post integra le informazioni con dati statistici** a supporto di un inquadramento complesso ed effettivo del fenomeno, favorendo, al contrario, narrazioni spesso basate su opinioni o percezioni soggettive.
- **Le povertà del mondo così come quelle delle periferie e delle zone rurali italiane** sono scarsamente trattate in tutti i generi informativi.

Raccomandazioni

- **Assicurare continuità e regolarità della copertura:** inserire 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; promuovere narrazioni multidimensionali anche sui social media.
- **Valorizzare pluralità delle voci:** dare maggiore spazio a persone 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.
- **Contrastare stereotipi e narrazioni securitarie:** evitare di associare automaticamente povertà a criminalità o degrado; proporre rappresentazioni equilibrate che evidenzino cause strutturali e responsabilità collettive.
- **Rafforzare la visibilità di gruppi marginalizzati:** dare rilievo a bambini/e, giovani, anziani/e, donne, famiglie e minoranze, valorizzando le loro esperienze e bisogni.
- **Integrare dimensioni materiali e immateriali:** riconoscere la povertà come fenomeno complesso, includendo aspetti economici, sociali, culturali e relazionali, evitando un approccio esclusivamente economico o simbolico.

POVERTÀ E GIORNALISMO: AI MARGINI DELLA NOTIZIA

di Matteo Naccari¹

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. Le motivazioni sono tante. Prima di tutto 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. Il rapporto dell'Osservatorio di Pavia dal titolo "La povertà dei media" mette tutto questo in evidenza, nonostante anche in Italia ci siano oltre 2,2 milioni di famiglie e quasi 5,7 milioni di individui in serie difficoltà economiche. 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 con frequenza ha motivazioni politiche; spesso è associata a criminalità o a degrado. Certo, qualche aspetto positivo esiste. Ad esempio, nei telegiornali alcuni servizi la mettono al centro della programmazione e in primo piano, soprattutto in corrispondenza di eventi simbolici oppure ne tendono a valorizzare la sfera religiosa, la solidarietà e la beneficenza. Insomma, la notizia c'è ma non di rado i giornalisti preferiscono (o scelgono di) raccontare altro. Proveremo a capire perché.

Entriamo nei dettagli. Partendo dalle analisi. Nei telegiornali, di qualsiasi rete, tutte solide e strutturate, la povertà viene trattata marginalmente. Ed è un dato preoccupante. Solo il 2% delle notizie - nel campione di servizi giornalistici analizzato dall'Osservatorio di Pavia - si occupa del tema e la copertura è legata di solito a eventi eccezionali, come celebrazioni simboliche o fatti di cronaca. Non ci sono particolari scostamenti tra una testata e l'altra e la povertà viene "coperta" in generale, non per particolari aspetti, con una attenzione più marcata per quanto accade nei grandi centri urbani, a discapito delle periferie o delle città di provincia. I servizi giornalistici sono spesso scarni di numeri e dati, rappresentando genericamente il fenomeno, dando una visione di insieme e senza concentrarsi - viene

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

rimarcato - su categorie specifiche e particolari, come ad esempio le donne oppure gli anziani. È in pratica un grande calderone che non offre spaccati dettagliati, anzi si tende a generalizzare. Stupisce anche come ad esprimere opinioni o considerazioni siano spesso figure istituzionali, mentre ha un ruolo marginale la voce di rappresentanti di associazioni, economisti e esperti di istituti di ricerca. Chi mastica meglio la materia, insomma. Altro aspetto è il legame dei testi dei servizi giornalistici principalmente con la sfera religiosa: quindi si utilizza un lessico valoriale e solidaristico riferito alla Chiesa e alla religione. Oppure ci sono riferimenti alla sfera politico-economica, con dibattiti istituzionali sul welfare, e infine non viene tralasciata la sfera securitaria, in pratica quei fenomeni che mettono in relazione la povertà al degrado urbano e alla criminalità. Non c'è quindi un approfondimento specifico e dettagliato e soprattutto la contestualizzazione della povertà non avviene mai completamente, essendo relegati in un angolo (se non addirittura ignorati) numeri più precisi e testimonianze dirette, attraverso interviste.

Non va meglio nei talk show dove soltanto il 6% del campione messo sotto la lente dalla ricerca ha affrontato temi legati alla povertà. Su 1.822 ore circa di programmazione, solo 8 ore sono state dedicate al fenomeno, con una prevalenza di dibattiti inerenti alla povertà materiale (reddito, beni e servizi). Ancora, le politiche di contrasto alla povertà sono sicuramente uno dei punti più trattati, ma in chiave di scontro politico; a seguire degrado e criminalità e infine storie di vita. Residuali il volontariato e la solidarietà. Sotto la lente in stragrande maggioranza le opinioni degli uomini, che hanno parlato - nei servizi analizzati - per il 67% del tempo rispetto al 33% delle donne.

Nei talk show dove soltanto il 6% del campione messo sotto la lente dalla ricerca ha affrontato temi legati alla povertà. Su 1.822 ore circa di programmazione, solo 8 ore sono state dedicate al fenomeno, con una prevalenza di dibattiti inerenti alla povertà materiale.

Va ancora peggio nel mondo dei social. Purtroppo. Solo lo 0,8% dei post pubblicati da una dozzina di giornalisti molto social presi in considerazione in un periodo ben definito tratta o menziona questioni di povertà o marginalità sociali. L'attenzione, poi, oltre ad essere scarsissima è anche discontinua, senza considerare che la povertà non è mai al centro dei contenuti e che la sua caratteristica multidimensionale si profila molto raramente, soltanto nel 24% dei pochi post. Infine, i dati statistici sono pressoché inesistenti: i post emergono soprattutto in contesti di politica e un terzo dei post contiene almeno uno stereotipo, ovvero la correlazione della povertà con qualche condizione altra o diversa dalla povertà ma ad essa associata con pregiudizi, in modi talvolta colpevolizzanti.

Il quadro è quindi sconsolante. E stride in maniera impressionante con la fotografia della povertà che la Caritas ha scattato dell'Italia e inserito nel rapporto. Bene, spesso i giornalisti tendendo ad occuparsi di più dei fatti che sono anche territorialmente vicini ai propri lettori e ascoltatori e quindi può essere (ma solo in parte) giustificabile che dai telegiornali ai social non venga dato il giusto spazio alla povertà mondiale. Però fa un po' impressione notare che questa "dimenticanza" valga anche per l'Italia, un Paese dove quasi il 9.7% della popolazione residente si trova in una condizione di povertà assoluta. A questo si aggiunge che, nel 2024, il 21% dei cittadini dell'Unione europea era a rischio povertà o esclusione sociale, con valori per la Penisola più alti in maniera stabile. E se non bastasse, il bilancio della Caritas sull'Assegno di inclusione, che ha sostituito il Reddito di cittadinanza, sottolinea una drammatica contrazione dei beneficiari, con l'esclusione di tanti fragili, come famiglie in età di lavoro senza figli, lavoratori poveri, stranieri. Un qualcosa di imponente che tocca ampie fasce della popolazione, perché - e il rapporto lo indica con forza - la povertà non è solo mancanza di risorse economiche, ma anche deprivazione di opportunità pratiche di partecipazione sociali fondamentali per la dignità umana e la piena cittadinanza. Ci sarebbe, in conclusione, tanto da discutere.

Purtroppo, se ne parla poco, e verrebbe da dire anche molto male, come emerge entrando ancora più nei dettagli del rapporto. Per quanto riguarda i telegiornali viene messa in luce come la narrazione non sia per nulla costante - nonostante il fenomeno lo sia - e anzi come segua dei picchi particolari. In particolare, durante l'arco di tempo analizzato, è stato dato più risalto a notizie inerenti la povertà quando si sono tenuti ad esempio importanti vertici internazionali - come il G20 di Rio de Janeiro o la COP 29 di Baku - oppure durante il dibattito tutto italiano per la finanziaria, dove iniziative specifiche di contrasto al fenomeno sono venute alla ribalta o sono finite al centro del dibattito pubblico. Altri picchi si sono verificati ad esempio in concomitanza con discorsi sul tema di Papa Francesco, alla vigilia dell'apertura del Giubileo, o del presidente della Repubblica Sergio Mattarella in occasione della Giornata mondiale del volontariato, oppure dopo la morte proprio di Papa Francesco, ricordato in modo trasversale come il Pontefice dei poveri, o ancora nel corso del Conclave. In sostanza, la correlazione con la sfera religiosa è uno degli assi portanti per dare una spinta a questo tipo di servizi giornalistici. Servizi che però non sono corposi e dettagliati: ha una prevalenza la povertà assoluta, mentre il 14% delle notizie combina diverse forme di povertà mettendo insieme dati di istituti di ricerca o associazioni e informazioni sociali ed economiche e interventi di solidarietà. Tutto è molto generico, con una prevalenza di alcune specificità, come le persone senzatetto, le emergenze abitative, le occupazioni abusive e situazioni di sfratto.

Un esempio. A fine ottobre, a Bologna, due famiglie con bimbi piccoli sono state sfrattate dopo che agenti in tenuta antisommossa hanno sfondato una porta e un muro sotto gli occhi impauriti di diversi bambini. Il pagamento degli affitti era regolare, ma la ditta proprietaria dell'immobile aveva sfrattato gli inquilini con l'intenzione di realizzare appartamenti dedicati agli affitti brevi. Da quel giorno, su giornali, televisioni, siti internet e così via, si è iniziato a parlare dell'emergenza abitativa non solo a Bologna, ma in tutta Italia. Sono stati dedicati servizi ovunque – dalle testate locali a quelle nazionali - mettendo in risalto in particolare i modi "barbari" che sono stati utilizzati per cacciare le famiglie. Alla situazione che vivono queste persone, alle loro difficoltà materiali, al disagio nel quale si sono ritrovati è stato riservato spazio soltanto nell'imminenza dei fatti, poi la questione è ovviamente stata cavalcata alla grande dalla politica, con scontri tra le posizioni del centrodestra e quelle del centrosinistra, che governa la città emiliana. Si è parlato di tutto e di più: dai piani comunali per rilanciare l'edilizia residenziale pubblica ad azioni per mitigare il caro affitto, al recupero di immobili pubblici da destinare alle famiglie in difficoltà, passando per la mancanza di programmazione urbanistica da parte delle amministrazioni fino a inchieste che mettevano in luce



appunto le difficoltà nel trovare case a prezzi accessibili. Poi, la discussione, come accennato, si è inasprita ancora di più concentrandosi sotto ogni punto di vista sulla politica, culminando in polemiche sulla presenza a Bologna di Ilaria Salis, europarlamentare di Avs, che più volte ha espresso solidarietà a chi occupa le abitazioni rivendicando il diritto all'abitare, a un incontro organizzato per confrontarsi su questa emergenza. Dopo alcune settimane, sul tema è sceso il sipario, come se non esistessero più famiglie disagiate economicamente che non sanno dove dormire. E come se nella stessa Bologna non esistesse il problema casa. Normale? Non proprio, perché probabilmente i media - e qui li mettiamo tutti: giornali, televisioni e siti internet - su una questione come questa forse dovrebbero pensare a inchieste o servizi ciclici anche per verificare con mano (e con gli occhi) se dopo tanto clamore qualcosa si è mosso. Conclusione: anche in questo caso il tema è stato affrontato solo perché è esplosa una situazione drammatica, ma poi la copertura mediatica, dopo un'iniziale ricerca di testimonianze, dati e numeri, si è inevitabilmente impantanata nella discussione politica, via via spegnendosi. Ma almeno se ne è parlato, con la speranza che questo sia servito a spingere qualcuno a ritornare presto sulla questione.

Il caso di Bologna – in molti dei suoi aspetti - riflette comunque una tendenza ben precisa di come la povertà sia trattata all'interno dei talk show. La ricerca lo mette bene in evidenza. È stato infatti analizzato chi prende la parola. Bene, dei 520 minuti complessivi dedicati all'argomento dagli ospiti emerge che il 32% del tempo è stato occupato da figure del mondo dell'informazione, tra giornalisti e giornaliste, tra croniste e cronisti, confermando il ruolo centrale dei media nel modellare il racconto della povertà, sia nella scelta dei temi che nell'interpretazione dei fenomeni sociali. A seguire, con il 24% del tempo, ci sono poi i politici e le istituzioni – giustificabile visto che il loro compito sarebbe quello di mettere in campo politiche per il contrasto al fenomeno – e infine col 13% testimoni e protagonisti di storie di vita, la gente comune insomma. Ovvio che nei talk show la presenza di giornalisti e politici è preponderante, ma non è qualcosa da vedere e considerare come sbagliato. Intanto, è il lavoro dei giornalisti raccontare i fatti e quello che accade nelle città e le loro testimonianze possono quindi offrire un quadro generale della situazione, magari mettendo spesso insieme e legando tra loro vicende apparentemente slegate. Devono rappresentare la realtà e scovare notizie, è alla base del loro lavoro; quindi, non stupisce che alla loro voce sia dato spazio, così come non deve stupire la presenza di politici. Ai Comuni e alla Regioni, ad esempio, spetta il compito di costruire e realizzare progetti per migliorare le condizioni di vita della popolazione, così come provvedimenti importanti - citiamo la finanziaria - hanno spesso un impatto non trascurabile sulle tasche dei cittadini. Però, e nelle sue conclusioni il report lo suggerisce, bisognerebbe affiancare al dibattito politico-economico approcci sociali, culturali e relazionali,

promuovendo narrazioni multidimensionali. Inoltre, andrebbe valorizzata la pluralità delle voci, puntando i riflettori su chi conosce da vicino le diverse facce della povertà, come associazioni, esperti e comunità locali.

È molto interessante la parte che il report dedicata alla copertura del tema povertà su Facebook. Dei dati generali emersi dall'indagine ne abbiamo parlato, però ci sono aspetti che vanno evidenziati. Intanto, ed è un punto importante, nei post dei giornalisti italiani più social al tema, la povertà viene trattata non solo in modo discontinuo ma anche solo a corredo di altre notizie. Lo abbiamo accennato in precedenza. Qualche esempio. Alcuni picchi di commenti si sono registrati in relazione alla pubblicazione di due notizie alquanto distanti tra loro. La prima riguardava la partecipazione al Festival di Sanremo (che sulla rete, oltre che in televisione, ha sempre picchi mostruosi di ascolti) di Simone Cristicchi, sottolineando il suo impegno a dare voce a chi non ce l'ha, come malati, folli ed emarginati. La seconda invece era relativa alla morte di Papa Francesco, ricordato soprattutto per il suo impegno a favore delle persone povere ed emarginate. Quindi la povertà - di cui se ne è parlato in diversi post - è stata trattata a corredo e non come argomento centrale, tirata in ballo proprio perché personaggi pubblici erano impegnati nei confronti delle persone in difficoltà od emarginate. Non c'è nulla di male, visto che se ne parla, però è sintomatico che non sia l'argomento centrale. E questo ha altre conseguenze. Intanto, la questione non viene considerata in maniera preponderante e anzi spesso lo è in modo superficiale, con una prevalenza di post sulla povertà in generale, con quella abitativa più ricorrente, tra l'altro rilevata in alcune tipologie particolari di post: quelli che toccavano i disastrosi eventi dell'alluvione in Emilia-Romagna nell'ottobre del 2024 e gli incendi che hanno brutalmente colpito Los Angeles nel 2025 e che hanno lasciato senza casa i residenti, costretti a sfollare.

Nonostante il tema delle retribuzioni e dei salari sia sempre in cima all'attenzione del dibattito non solo politico, la povertà lavorativa trova invece pochissimo risalto nei post e anzi una piccola minoranza è focalizzata ad esempio sull'aumento delle famiglie in situazioni di disagio per via della stagnazione degli stipendi, del contestuale aumento dell'inflazione - che diventa molto popolare durante la pubblicazione dei dati Istat - o per altre situazioni emergenziali. È particolare, poi, che un aspetto della povertà, quella alimentare, trovi spazio solo in relazione a un fatto di cronaca, ovvero il duplice omicidio di villa Pamphilj, a Roma, dove furono trovati i corpi di una donna e di una neonata. Sia loro due, che l'uomo implicato nella vicenda, avevano vissuto in condizioni di estrema precarietà ed erano stati assistiti da associazioni caritatevoli della Capitale alle quali si erano rivolte per avere qualcosa da mangiare. Ecco, quindi, che il coinvolgimento delle mense e delle associazioni ha acceso i riflettori sul tema della povertà abitativa e anche alimentare. Tradotto: forse casualmente un fatto di cronaca che ha avuto così tanto rilievo ha portato

a parlare di altri temi, come la povertà. E probabilmente superficialmente. Non a caso, tra le criticità che il report evidenzia, c'è proprio quella che solo una minoranza di servizi giornalistici, puntate dei talk show e post integra le informazioni con dati statistici, favorendo invece narrazioni spesso basate su opinioni o percezioni soggettive. Con la conseguenza che senza utilizzare statistiche, ricerche e report le narrazioni sono senza dubbio meno credibili e contestualizzate.

Dopo questo ampio commento dei dati raccolti dall'Osservatorio di Pavia proviamo a rispondere alla domanda che subito ci siamo posti: perché nonostante il tema povertà offra così tanti spunti viene trattato così poco sui media? Qual è il problema di fondo? E perché c'è così discontinuità? La risposta - è un'opinione, bene precisarlo, ma basata sui fatti e sull'esperienza - è frutto di diversi fattori, che coinvolgono sia situazioni culturali ma anche le condizioni nelle quali si trovano ora i giornalisti. Partiamo da queste.

Perché nonostante il tema povertà offra così tanti spunti viene trattato così poco sui media? Qual è il problema di fondo? E perché c'è così discontinuità? La risposta - è un'opinione, bene precisarlo, ma basata sui fatti e sull'esperienza - è frutto di diversi fattori, che coinvolgono sia situazioni culturali ma anche le condizioni nelle quali si trovano ora i giornalisti.

Negli ultimi decenni, con un "colpo" pesante negli anni della pandemia da Covid, il numero dei giornalisti italiani, contrattualizzati e non, si è via via asciugato. Secondo gli ultimi dati rilanciati dalla Federazione nazionale della stampa italiana, il sindacato unico dei giornalisti italiani, annunciando lo sciopero generale della categoria del 28 novembre 2025 per il mancato rinnovo del contratto nazionale di lavoro, ha comunicato che dal 2011 ad oggi si è passati da circa 19mila giornalisti dipendenti ai 13mila attuali: circa il 30% dei posti di lavoro in meno, tenendo comunque conto delle assunzioni che per legge vanno fatte quando un'azienda editoriale in stato di crisi economica accede ai prepensionamenti. La professione si è via via spostata dal posto fisso - che significa un contratto di lavoro che dovrebbe tutelare retribuzioni e diritti - a quello precario, con tantissimi collaboratori che guadagnano pochi euro per articolo o servizio giornalistico. Le retribuzioni medie sono tra i 15mila e i 20mila euro lordi l'anno e quindi vicinissime a uno stato di povertà. Nel frattempo, sono calate le retribuzioni medie di chi è contrattualizzato, ora attorno ai 60mila euro lordi l'anno, cifra che vale per i più anziani perché chi viene assunto ora non supera quasi mai i 40mila euro lordi l'anno. Il mancato rinnovo contrattuale da dieci anni - sfociato nella protesta della categoria - ha inciso provocando una perdita del potere d'acquisto dei giornalisti, a causa dell'inflazione, di quasi il 20%, certificata dall'Istat.

Nelle grandi aziende – che hanno visto diminuire i ricavi provenienti dalle vendite delle copie cartacee dei giornali, introiti non compensati invece dall'attività digitale e quindi dall'editoria online anche a causa di scelte editoriali sbagliate - si sono poi via via assottigliati i compensi legati agli accordi integrativi aziendali, creando così ulteriori tagli alle buste paga. Ancora, nel corso degli anni le redazioni - grandi e piccole - hanno visto diminuire il numero di giornalisti in servizio, molti sotto ammortizzatori sociali, sempre più relegati ai cosiddetti compiti di desk - e quindi di impaginazione, titolazione e organizzazione dei prodotti editoriali - a scapito della scrittura, della ricerca di notizie e della costruzione di inchieste che richiedono tempo e impegno prolungato. Compito appaltato appunto a un esercito di giornalisti malpagati e senza tutele. Tutto questo - insieme con i mancati investimenti da parte degli editori - ha avuto conseguenze pesanti sulla fattura di giornali, trasmissioni televisive e così via: se ci sono meno giornalisti ci sono meno notizie e soprattutto con meno cronisti a disposizione si tende a concentrarsi sull'attualità a scapito di inchieste e servizi che richiederebbero tempo e approfondimenti. Un problema non solo dei giornalisti, ma anche di uno Stato democratico che dovrebbe sostenere il settore con aiuti pubblici alle aziende editoriali, ma pretendendo investimenti e soprattutto la creazione di posti di lavoro retribuiti secondo quanto previsto dai contratti nazionali di categoria, che vanno rinnovati con regolarità per contrastare il caro-vita e i colpi dell'inflazione. Non stupisce, quindi, che argomenti non sempre considerati di primo piano se non in occasioni particolari - come appunto, purtroppo, la povertà - vengano trattati superficialmente e occasionalmente. Anche da chi drammaticamente inizia ad avere a che fare giorno dopo giorno con la povertà, provandola sulla propria pelle. Le redazioni non hanno la forza numerica per mettere sempre in campo inchieste e andare ad esplorare argomenti nuovi o fuori dalle scalette ordinarie.

A questo si aggiunge altro. La desertificazione informativa. Dal report, infatti, salta all'occhio come spesso la povertà sia trattata solo relativamente a quanto accade nei grandi centri urbani. E non perché il problema non sia presente altrove. Ma anche questo, è mia opinione, deriva dalla mancanza o dalla carenza di media, di giornalisti e di fonti (quindi chi materialmente fornisce dati) nelle piccole città e lontano dalle metropoli. Da tantissimo tempo, il Sud Italia sta vedendo man mano la chiusura di moltissime testate cartacee, che spesso non sono rimpiazzate da testate online. A parte le redazioni della Rai (colpite da tagli anche queste), in molte regioni praticamente le televisioni locali non esistono; fenomeno che si sta allargando man mano al centro della Penisola e che interessa pure il Nord. Senza giornalisti e senza mezzi di informazioni come si possono trattare argomenti importanti che vanno al di là della pur importante dichiarazione politica o dell'omicidio o dell'incidente stradale? Ecco, purtroppo anche questo avviene e sempre più di frequente. Con ricadute sulla qualità dell'informazione, sull'offer-

ta informativa dunque, ledendo il diritto dei cittadini a essere informati, come prevede la Costituzione italiana.

E c'è anche altro. Purtroppo, nei media, se non specializzati, si tende a trattare prevalentemente notizie che garantiscono un ascolto il più ampio possibile. Ecco, la cronaca nera, quella rosa, il gossip, in parte l'economia, lo garantiscono seppur con oscillazioni diverse a seconda del fatto specifico. La politica un po' meno, ma la tendenza di molti a fare da megafono ad amministratori locali o a parlamentari c'è. Questo significa che tutti gli altri argomenti vanno in secondo piano. E che vengono analizzati, trattati, contestualizzati solo appunto di rimbalzo e quindi a seguito di vicende specifiche, come la pubblicazione di report, il richiamo alla beneficenza del Papa, la canzone di Sanremo che parla di povertà e chi più ne ha più ne metta. E questo è il problema culturale. Non va dimenticato che, quando alcuni organi di informazione hanno provato a dedicare anche inserti specifici alle "buone notizie", sono poi dovuti tornare sui propri passi: quegli argomenti non erano gettonati dai lettori e non attiravano pubblicità. Male. E la colpa non è dei giornalisti.

Purtroppo, nei media, se non specializzati, si tende a trattare prevalentemente notizie che garantiscono un ascolto il più ampio possibile.

Non si può, avviandosi alla conclusione, non essere d'accordo con le raccomandazioni che vengono puntualizzate nel report. Partendo quindi dalla necessità di assicurare continuità e regolarità della copertura giornalistica, inserendo la povertà nell'agenda e nei flussi social in maniera più continuativa ed evitando trattazioni episodiche legate a eventi simbolici. Inoltre, bisognerebbe - è un'altra raccomandazione - affiancare al dibattito politico-economico approcci sociali, culturali e relazionali, dando maggiore spazio a persone che conoscono da vicino le diverse forme di povertà, utilizzando statistiche, ricerche e report per disegnare un quadro credibile e contestualizzato. Bene, ma per invertire la tendenza non basta solo invitare qualcuno a fare di più. Occorre un'azione più pesante su chi ha la possibilità di decidere su quali argomenti concentrare il proprio lavoro giornalistico. Intanto, bisognerebbe dare un'occhiata anche alle fonti. Siamo sicuri che i dati sulla povertà siano sempre comunicati nel modo giusto? Siamo certi che arrivino diretti e chiari alle redazioni di giornali? Possiamo dire senza il rischio di essere smentiti che siano sempre utilizzati non per motivi politici, ma per trovare soluzioni e contrastare il problema? Ancora, la povertà è un argomento che può ritagliarsi un suo spazio di discussione sui social dove purtroppo la rappresentazione del reale non sempre è corretta e corrispondente al vero e dove le "notizie false"

girano spesso manipolate per scopi non certo benevoli? Ricordiamo, elemento da non mettere in fondo alla lista, che la povertà è sempre stata nei secoli qualcosa di cui vergognarsi. Non stupiamoci se sui media i volti di chi è in difficoltà - se non in situazioni estreme - non si vedono: non tutti si lasciano intervistare facilmente per dichiarare che sono senza soldi, che hanno problemi a mettere insieme più di un pasto al giorno, che non hanno risorse per vestirsi e vivere un'esistenza dignitosa. Il tutto in una società che tende a mettere sotto il tappeto qualcosa che non va, anche per motivi di propaganda. Guardiamo all'estero e non in Italia, un attimo: gli Stati Uniti, Paese che sicuramente ha sacche enormi di povertà, mette in vetrina questa situazione soprattutto durante i periodi elettorali, cavalcando questi scenari per motivi politici. E negli altri periodi dell'anno? Poco o niente. Ecco, interroghiamoci anche su questo.

Non si risolve la questione con la bacchetta magica e non esiste una ricetta precisa per invertire la tendenza e migliorare la qualità dell'informazione. Però alcune leve si possono tirare. Intanto, e anche la Caritas in questo potrebbe farsi da regista, andrebbe migliorato il flusso di informazioni verso i media relative alla povertà. Poi, bisognerebbe incentivare anche corsi di formazione specifici che mettano insieme il giornalismo e il modo di comunicare la povertà, conoscendone tutte le facce: i cronisti non nascono "imparati" e vanno formati. Inoltre, si spera che ci sia uno scatto culturale anche nei mezzi di informazione e in chi li dirige, affiancata a una ripresa del sistema editoriale, a investimenti nelle testate e a una cura maggiore della professionalità dei giornalisti sia sotto il profilo economico che nella tutela dei diritti. Infine, ci dovrebbe essere subito un rinnovo contrattuale nazionale che alzi le retribuzioni dei contrattualizzati e migliori i compensi e le condizioni di lavoro di tanti precari e collaboratori, oltre alla messa in campo nel settore di strategie serie che ridiano slancio all'editoria. Una montagna da scalare, certo. Ma come in tutte le cose da qualche parte prima o poi bisogna iniziare. Impegniamoci tutti. E buon lavoro: magari fra qualche anno nella replica di questo report si potrebbero avere risultati migliori. Speriamolo. Insieme.

POVERI D'INFORMAZIONE

di Paolo Valente¹

.....

14 novembre 2025. Nell'aula Morvillo della facoltà di Giurisprudenza dell'Università Roma Tre è tutto pronto per la presentazione del Rapporto Povertà di Caritas Italiana². Arriva la chiamata di un'emittente locale. In un quartiere di Roma c'è stato un omicidio e la troupe, attesa all'Ateneo per il Rapporto, è stata dirottata sul luogo del delitto. "Ci dispiace ma non ci sono altri colleghi disponibili".

Sia chiaro: qualsiasi caposervizio avrebbe optato per l'omicidio piuttosto che per il rapporto Caritas. Abbiamo un bel dire, e a ragione, che i dati sulla povertà riguardano milioni di persone mentre il delitto è un fatto quasi privato, coinvolge la vittima, i suoi familiari, tutt'al più i vicini di casa e le forze dell'ordine. Infinitamente meno persone di quelle che si trovano in situazione di povertà assoluta – 5 milioni e 700mila secondo i dati Istat – di quegli 8,5 milioni che sono a rischio povertà, delle migliaia di persone schiave dell'azzardo legalizzato, delle troppe donne che subiscono violenza fisica, economica, psicologica. Ma tutto questo può aspettare. L'omicidio "è notizia" solo oggi, i poveri, invece, lo dice il Vangelo, "li avrete sempre con voi"³.

L'episodio, di per sé banale, contiene gli elementi costitutivi del discorso su povertà e informazione. Su come si informa della povertà. Su quella che possiamo chiamare "povertà informativa".

Nella pratica quotidiana ciò che rende un evento "notiziabile" sono l'attualità e la novità, la vicinanza geografica, la portata e l'impatto, la drammaticità e la capacità di scatenare emozioni, il prestigio delle persone coinvolte, la possibilità di trarne una storia, le conseguenze sulla vita dei lettori e dei telespettatori. Devono essere per forza questi i criteri ai quali ispirarsi per dare notizia di ciò che riguarda i "poveri"?

.....

¹ Paolo Bill Valente è giornalista professionista e saggista, collabora con diverse testate e realtà culturali, occupandosi di temi legati al dialogo interculturale. È vice direttore di Caritas Italiana.

² Caritas Italiana (a cura di Federica De Lauso e Walter Nanni), *Fuori campo. Lo sguardo della prossimità. Rapporto su povertà ed esclusione sociale in Italia 2025*, ed. Palumbi, Teramo 2025.

³ Vangelo secondo Matteo 26,11.

La povertà che (non) fa notizia

La povertà, come tutti gli altri aspetti della realtà, è notiziabile quando si traduce in un fatto di cronaca, in una storia, ma anche – perché no? – nei numeri di una statistica. Aspetti che pesano diversamente a seconda del medium e del format della pubblicazione o della trasmissione.

La ricerca dell'Osservatorio di Pavia che si presenta in questo volume ha riguardato in modo specifico i telegiornali, i talk-show e i post su Facebook da parte di giornaliste e giornalisti particolarmente attivi. L'indagine si concentra su quanto pubblicato o andato in onda tra il settembre 2024 e il giugno 2025.



I RISULTATI DELL'OSSERVAZIONE

I telegiornali

Nei TG italiani, nel periodo considerato, la povertà compare in 708 notizie, pari al 2 per cento dell'agenda: una presenza episodica, legata soprattutto a eventi eccezionali, a ricorrenze e fatti di cronaca. La Rai ha prodotto oltre metà dei servizi, 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 per cento dei casi la povertà resta un tema accessorio.

Prevale, come argomento, la povertà assoluta, seguita da quelle relativa ed estrema. Tre servizi su quattro si concentrano sulla dimensione materiale. Il 62 per cento delle notizie adotta una prospettiva unidimensionale. La maggior parte tratta la povertà "in generale", mentre le forme abitativa, lavorativa, relazionale e alimentare ricevono attenzione più limitata. Altre dimensioni – sanitaria, minorile, femminile, energetica o culturale – risultano del tutto marginali.

Lo sguardo è soprattutto nazionale, con scarsa attenzione alle periferie e alle aree rurali. I gruppi più citati sono "i poveri" in senso generico, i senzatetto, lavoratori e immigrati. Famiglie, giovani, bambini, donne e anziani appaiono sotto-rappresentati, con il rischio di una prospettiva stereotipata. Solo l'8 per cento dei servizi utilizza dati o statistiche, mentre le associazioni mentali con criminalità, migrazione o dipendenze emergono in quasi un quinto dei casi.

Due cornici dominano: quella solidaristico-religiosa, alimentata dalla figura del Papa, e quella politico-economica. Meno frequente l'aspetto securitario (cosa non sempre vera in altri momenti, ad esempio in tempo di elezioni). Le categorie tematiche prevalenti sono religione, cronaca, politica ed economia. Parlano soprattutto rappresentanti politici e istituzionali, mentre esperti, ricercatori e sindacati restano ai margini.

L'analisi individua tre cluster – religioso, politico-economico e securitario – che costruiscono una gerarchia narrativa: la povertà relativa come terreno di conflitto politico, quella assoluta come questione morale, l'estrema relegata ai margini e associata a degrado e microcriminalità, contribuendo alla sua stigmatizzazione.

I talk-show

Su 1.218 puntate analizzate (oltre 1.800 ore), solo il 6 per cento ha affrontato il tema della povertà, per un totale di 529 minuti: una presenza minima rispetto

all'ampiezza del fenomeno. Mediaset ha la quota maggiore delle puntate pertinenti, seguita da Rai e La7. L'attenzione è discontinua, con picchi legati alla manovra economica e alle iniziative natalizie, alla morte di papa Francesco e, in primavera, al Primo Maggio e alla campagna referendaria sul lavoro.

Quando la povertà compare, è centrale nell'83 per cento dei casi. Prevale la povertà relativa (56 per cento), molto più discussa rispetto alla povertà assoluta (8 per cento) o estrema (3 per cento). Un terzo degli interventi combina più livelli. Nel 76 per cento del tempo si parla di povertà materiale, ma prevale un approccio multidimensionale (59 per cento) che integra riferimenti a salute, istruzione, relazioni e partecipazione, anche se il 41 per cento 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.

Lo sguardo è quasi esclusivamente nazionale, con scarsa attenzione alle periferie e alla dimensione internazionale. I gruppi più rappresentati sono lavoratrici e lavoratori, persone anziane e "poveri" in generale; donne, giovani, senzatetto e immigrati compaiono molto meno. Solo il 32 per cento delle puntate utilizza dati, mentre prevalgono interpretazioni e dichiarazioni. Nel 10 per cento dei casi emergono associazioni negative come criminalità o abuso di risorse pubbliche.

Il *frame* dominante è quello politico-economico (52 per cento), 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. Seguono degrado/criminalità e storie di vita, con una presenza limitata del volontariato. Gli spazi di parola vanno soprattutto a giornalisti e opinionisti, al mondo politico e, molto meno, a persone comuni. Quasi assenti le voci direttamente coinvolte nella povertà (la qual cosa può essere un bene). Forte lo squilibrio di genere: il 67 per cento del tempo di parola è maschile.

Giornalisti sui social media

L'attenzione dei dodici giornalisti più attivi su Facebook verso la povertà è estremamente bassa: solo lo 0,8 per cento dei quasi 19.000 post pubblicati tra settembre 2024 e giugno 2025 tratta, anche marginalmente, il tema. La presenza è discontinua, con due picchi: a febbraio 2025, in coincidenza con la partecipazione di Simone Cristicchi a Sanremo e la sua attenzione agli "emarginati", e ad aprile, con la morte di papa Francesco, ricordato per il suo impegno verso i più fragili.

Nel 79 per cento dei casi la povertà non è centrale, ma accessoria rispetto ad altri contenuti. Prevale la povertà assoluta (57 per cento), seguita da quella relativa; marginale la povertà estrema. Il 71 per cento 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 riferimento geografico è soprattutto all'Italia nel suo complesso, con poca attenzione alle aree urbane e nessuna alle periferie. I gruppi più citati sono le persone povere in generale, seguite da senzatetto, lavoratori, vittime di catastrofi e immigrati. Giovani, bambini e famiglie compaiono in misura minima e le persone anziane sono assenti. Quasi tutti i post (97 per cento) mancano di dati statistici.

La povertà emerge soprattutto all'interno di contenuti politici, come strumento nel dibattito tra schieramenti, mentre temi più pertinenti – economia, lavoro, questioni sociali – sono quasi del tutto assenti. Il quadro dominante è politico-economico, seguito da quello solidaristico. Quello securitario è minoritario e circoscritto ai post di cronaca.

Un terzo dei post contiene stereotipi o associazioni pregiudizievoli, collegando ad esempio la povertà a incapacità o difetti personali, spesso in toni polemici. Questa rappresentazione, per quanto sporadica, tende a riprodurre narrazioni semplificate e colpevolizzanti.

Le stagioni della povertà

Dallo studio dell'Osservatorio di Pavia risulta come il tema “poveri” diventi più notiziabile in prossimità di alcuni tempi dell'anno oppure in relazione a particolari eventi, per narrare i quali risulta opportuno, o comodo, fare riferimento a situazioni riconducibili alla povertà.

Vorrei soffermarmi su due esempi: il Natale e la morte di papa Francesco.

Papa Francesco. Non dimenticare i poveri

Già nel primo documento programmatico di Jorge Mario Bergoglio, l'esortazione apostolica *Evangelii Gaudium* (novembre 2013), troviamo quell'espressione durissima a proposito dell'economia dell'esclusione: “Questa economia uccide”.

Stimolanti, per il nostro tema, le parole che seguono: “Non è possibile che non faccia notizia il fatto che muoia assiderato un anziano ridotto a vivere per strada, mentre lo sia il ribasso di due punti in borsa. Questo è esclusione”⁴. La notiziabilità della povertà e delle sue conseguenze contrapposta ai valori finanziari che sanno diventare “valori notizia”.

Ma “oggi tutto entra nel gioco della competitività e della legge del più forte, dove il potente mangia il più debole. Come conseguenza di questa situazione, grandi masse di popolazione si vedono escluse ed emarginate: senza lavoro, sen-

⁴ Papa Francesco, Esortazione apostolica *Evangelii Gaudium*, 24.11.2013, n. 53.

za prospettive, senza vie di uscita. Si considera l'essere umano in se stesso come un bene di consumo, che si può usare e poi gettare. Abbiamo dato inizio alla cultura dello 'scarto' che, addirittura, viene promossa. Non si tratta più semplicemente del fenomeno dello sfruttamento e dell'oppressione, ma di qualcosa di nuovo: con l'esclusione resta colpita, nella sua stessa radice, l'appartenenza alla società in cui si vive, dal momento che in essa non si sta nei bassifondi, nella periferia, o senza potere, bensì si sta fuori. Gli esclusi non sono 'sfruttati' ma rifiuti, 'avanzi'".

Anche l'informazione, dunque – quando è assente o orientata solo al consumo – rischia di agire come fattore di esclusione sociale, di essere fattore della cultura dello "scarto".

Fin dall'inizio del suo pontificato, papa Francesco ha mostrato una forte sensibilità per il ruolo dei mass media nella società, legando la comunicazione alla dignità delle persone, specialmente dei più poveri. Nel marzo 2013, incontrando i giornalisti⁵, sottolineava quanto il loro lavoro fosse indispensabile "per narrare al mondo gli eventi della storia contemporanea" e, in questo senso, fondamentale anche per dare visibilità a quelle realtà che rischiano di rimanere nascoste. Era il preludio di una visione molto chiara: i media non possono limitarsi a raccontare la realtà "dall'alto", ma sono chiamati a far emergere anche le storie degli ultimi.

Questa prospettiva è sviluppata con profondità nel *Messaggio per la 48ª Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali* del 2014⁶, nel quale Francesco parla della comunicazione come servizio alla "cultura dell'incontro". In questo testo denuncia "lo scandalo di un divario crescente tra l'opulenza dei ricchi e la miseria assoluta dei poveri", ricordando come tale contraddizione sia spesso visibile anche nelle nostre città. I media, in questo contesto, possono diventare ponti: strumenti che promuovono la vicinanza, la solidarietà e l'ascolto reciproco. La comunicazione, sostiene, deve aiutarci a "sentirci famiglia umana", creando legami capaci di superare indifferenza e isolamento.

Negli anni successivi, questo legame tra comunicazione e attenzione ai poveri diventa sempre più esplicito. Nel *Messaggio per la 55ª Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali* del 2021⁷, Francesco invita i comunicatori a "venire e vedere", cioè a uscire dai propri schemi e incontrare le persone "dove e come sono". Non basta riportare notizie tramite filtri e analisi astratte: occorre toccare con mano la vita reale, soprattutto quella di chi vive nelle periferie esistenziali e sociali. Solo così i media possono evitare di guardare il mondo con gli "occhi dei più ricchi" e diventare invece strumenti per far conoscere la vita dei più fragili, restituendo loro voce e dignità.

.....
⁵ Papa Francesco, Udienza ai rappresentanti dei media, 16.3.2013.

⁶ Papa Francesco, *Messaggio per la 48ª Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali*, 24.1.2014.

⁷ Papa Francesco, *Messaggio per la 55ª Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali*, 24.1.2021.

Nel 2023, una riflessione pastorale della Santa Sede sull'uso dei social media⁸ riprende e approfondisce il pensiero di Francesco: i media digitali – si afferma – possono dare voce “ai poveri e ai marginalizzati” e permettere ai “senza voce” di essere finalmente ascoltati. Una prospettiva che deriva dal Messaggio del 2014, in cui il Papa metteva la comunicazione in relazione alla parabola del buon Samaritano: un gesto di cura che si china sulle ferite dell'altro, specialmente del più vulnerabile.

Nel *Messaggio per la 58ª Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali* del 2024⁹, Francesco introduce un nuovo elemento: l'impatto delle tecnologie, e in particolare dell'intelligenza artificiale, sulla qualità umana della comunicazione. Il Papa avverte che rischiamo di vivere in un mondo “ricco di tecnologia ma povero in umanità”. Questa riflessione, pur non riferendosi direttamente ai poveri in senso materiale, estende la categoria di “povertà” all'ambito comunicativo: una società tecnologicamente avanzata ma incapace di ascoltare e accogliere rischia di impoverire ulteriormente chi è già fragile, rendendolo invisibile.

Infine, il *Messaggio per la 59ª Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali* del 2025¹⁰ rappresenta una sintesi del pensiero di Francesco. Qui egli denuncia la concentrazione del potere informativo in poche mani, che controllano enormi quantità di dati e influenzano il modo in cui la realtà viene percepita. Critica la comunicazione aggressiva, polarizzata, fatta di slogan che semplificano la complessità e alimentano divisioni. E allo stesso tempo invita i comunicatori a “disarmare la comunicazione”, scegliendo toni miti, responsabili, capaci di ascoltare il “grido degli ultimi”. Raccontare le storie dei più vulnerabili – afferma – non è solo un dovere professionale, ma un servizio alla verità e alla giustizia. Una società che presta attenzione ai poveri attraverso il racconto mediatico diventa meno sorda e meno indifferente.

In sintesi: la comunicazione è una forma di incontro e di cura, i media hanno la responsabilità di dare voce ai poveri e non solo ai potenti, la tecnologia può lasciarsi guidare dalla sapienza del cuore. Una comunicazione ostile, manipolata o polarizzata ferisce soprattutto i più fragili. Raccontare i poveri significa costruire una società più giusta e più umana.

Che il mondo della comunicazione, come risulta dall'indagine, abbia aperto uno spiraglio sui poveri in occasione della morte di papa Bergoglio è in qualche modo un omaggio al suo pontificato, vissuto all'insegna di quelle parole, sussur-

⁸ Dicastero per la Comunicazione, *Verso una piena presenza. Riflessione pastorale sul coinvolgimento con i social media*, 28.5.2023.

⁹ Papa Francesco, *Messaggio per la 58ª Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali*, 24.1.2024.

¹⁰ Papa Francesco, *Messaggio per la 59ª Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali*, 24.1.2025.

rate dal cardinale Claudio Hummes il giorno dell'elezione di Francesco: "No te olvides de los pobres!"¹¹

Tutti buoni a Natale

Il Vangelo è l'esempio più paradossale di una notizia – "vangelo" (*euangelion*) significa proprio "buona notizia" – che resta attuale anche a due millenni di distanza dai fatti. Perché la Buona Notizia non sta nei fatti in quanto tali ma in ciò che essi rappresentano.

La "notizia" del Natale non consiste nell'evento puntuale della nascita di un bimbo a Betlemme, ma nella realtà, sempre presente, di un Dio che è amore. Il resto è conseguenza. Ma è tanta la necessità di collegare l'evento della nascita del Salvatore alle dinamiche del comunicare che, nel racconto di Luca¹², a un gruppo di pastori – i poveri? –, appare proprio un professionista della comunicazione – l'angelo, ovvero il messaggero – ad annunciare "una grande gioia, che sarà di tutto il popolo: oggi, nella città di Davide, è nato per voi un Salvatore, che è Cristo Signore. Questo per voi il segno: troverete un bambino avvolto in fasce, adagiato in una mangiatoia".

Ancora una volta un evento che, all'apparenza, non conta assolutamente nulla, se osservato secondo le categorie e le dinamiche della comunicazione. Un bambino avvolto in fasce, adagiato in una mangiatoia, nella periferia delle periferie. Notiziabilità zero. Eppure, quell'immagine – "il segno" – è così potente da essere ancora lì, dopo venti secoli, a raccontare di superbi dispersi nei pensieri del loro cuore, potenti rovesciati dai troni, umili innalzati, affamati ricolmati di beni, ricchi rimandati a mani vuote¹³. Un mondo alla rovescia, "segno" della possibilità di una comunicazione diversa, per la quale gli "scarti" denunciati da Francesco, tornano al centro del discorso e "la pietra che i costruttori hanno scartato" diventa "la pietra angolare"¹⁴.

La tendenza dei media a parlare di povertà in prossimità del Natale potrebbe essere legata al significato più profondo di questa ricorrenza. In questo periodo, povertà, esclusione e disuguaglianze appaiono con maggiore evidenza, quasi come uno scandalo. Il mutamento di sguardo che caratterizza l'attesa del Natale nasce infatti dal cuore stesso dell'Evento: la Parola che si fa carne¹⁵.

Inutile dirci che tutto ciò alimenta pure quel buonismo natalizio da quattro soldi, che brucia come un fuoco di paglia tra la vigilia e il giorno di Natale, per

¹¹ Papa Francesco, *Udienza ai rappresentanti dei media*, 16.3.2013.

¹² Vangelo secondo Luca 2,10-12.

¹³ Vangelo secondo Luca 1,46-55.

¹⁴ Salmo 118,22-23.

¹⁵ Vangelo secondo Giovanni, 1.

dissolversi il 26 dicembre, quando giunge l'orrore della lapidazione di Stefano a ricordare che Incarnazione e martirio sono le facce di una stessa medaglia.

La povertà tra narrazione e raccolta fondi

Sono frequenti gli appelli¹⁶, rivolti soprattutto ai cristiani, a distinguere con nettezza tra il Natale consumistico e il tempo che fa memoria della nascita di Cristo. È vero, d'altra parte, che molte organizzazioni, anche di ispirazione cristiana, approfittano proprio dello "spirito del Natale" (quello che rende tutti più buoni e generosi) per proporre campagne di raccolta fondi. Sono a volte queste stesse organizzazioni, in un'ottica di fundraising, a diffondere un'immagine della povertà – e soprattutto dei poveri – modulata per stimolare la propensione al dono.

Quando la rappresentazione della povertà non è pensata in una prospettiva informativa o come strumento di denuncia e di advocacy, ma è proposta in modo da suscitare pietà o sensi di colpa, quando viene utilizzata strategicamente per dare sfogo alla generosità dei donatori, c'è chi parla di "pornografia della povertà". Al di là delle considerazioni etiche sull'uso strumentale della povertà anche "a fin di bene", questo tipo di rappresentazione inquina l'informazione sulla povertà e contribuisce alla creazione di stereotipi che ne determinano la cronicizzazione.

Quando la rappresentazione della povertà non è pensata in una prospettiva informativa o come strumento di denuncia e di advocacy, ma è proposta in modo da suscitare pietà o sensi di colpa, quando viene utilizzata strategicamente per dare sfogo alla generosità dei donatori, c'è chi parla di "pornografia della povertà".

È paradossale che le organizzazioni che ricorrono al *poverty porn* siano poi in prima linea nel denunciare il mondo dei media che si dimentica dei poveri. Occorre quindi prestare molta attenzione al tipo di narrazione – dall'uso delle immagini ai numeri urlati – adottata nelle campagne di fundraising, perché essa può diventare parte del problema che si dichiara di voler risolvere con i fondi raccolti¹⁷.

¹⁶ "Oggi il rischio di smarrire ciò che conta nella vita è grande e paradossalmente aumenta proprio sotto Natale: immersi in un consumismo che ne corrode il significato", papa Francesco, Udienza generale, 20.12.2023.

¹⁷ In particolare nel caso dell'uso di immagini di minori cfr. la Carta di Treviso (<https://www.odg.it/allegato-2-carta-di-treviso>)

La complessità invisibile

Ci sono differenze, nel parlare di povertà (o di altri temi grandi e complessi), tra telegiornali, talk-show e post sui social media. Cambiano gli spazi a disposizione così come le velocità. Il telegiornale, soprattutto quando si tratta di notizie legate alla cronaca, ha la necessità di dire qualcosa già nella prima edizione. Questo significa, spesso, riportare solo un aspetto della questione: quello che si è fatto in tempo a documentare. Ne deriva la tendenza a semplificare il contesto. Anche i telegiornali, tuttavia, quando si tratta di servizi pianificabili – come quelli natalizi – o di approfondimenti, hanno la possibilità (e la capacità) di recuperare spessore e restituire ai temi complessi tutta la loro complessità.

L'arte del professionista della comunicazione consiste proprio nel rendere la complessità accessibile al grande pubblico senza scivolare in semplificazioni stereotipate. In questo, il talk-show è avvantaggiato: dispone di tempi più lunghi, sia nella preparazione che in studio, di più voci, e può inserire servizi, schede informative e altri materiali di contesto. Non a caso, nei talk-show esaminati, prevale un approccio multidimensionale (59 per cento), che riconosce la povertà come fenomeno complesso legato a salute, istruzione, relazioni sociali e partecipazione politica. Resta comunque significativo che nel 41 per cento dei casi la povertà sia presentata in un'ottica unidimensionale, quasi sempre economica.

La povertà non sembra essere un tema capace di attrarre i "mi piace" dei frequentatori di social media. Tra quelli considerati dall'Osservatorio di Pavia, "solo lo 0,8 per cento di 18.904 post pubblicati menziona o tratta questioni di povertà o marginalità sociale". Una sorta di congiura del silenzio. O dell'indifferenza.

Tra i contenuti esaminati, la povertà raramente occupa una posizione centrale nei post su Facebook: nel 79 per cento dei casi compare solo come elemento secondario rispetto ad altri temi. Un post su tre include almeno uno stereotipo, cioè associa la povertà a condizioni percepite negativamente, spesso in modo da attribuire implicitamente responsabilità o colpe alle persone povere.

È necessario ripetere che semplificazioni, stereotipizzazioni e strumentalizzazioni, oltre a essere indice di scarsa qualità della comunicazione, contribuiscono al perpetuarsi di situazioni che invece vanno affrontate con rigore scientifico, quando si indaga, e nella prospettiva del bene comune, quando si passa a riflettere sulle scelte strategiche e operative.

Povertà, politica e responsabilità della comunicazione

Il tema della povertà compare soprattutto nei post di carattere politico (34 per cento), dove non rappresenta l'argomento principale ma viene utilizzato come strumento nel confronto tra partiti. Non è infrequente che la povertà venga strumentalizzata per motivi politici sia da forze governative sia da forze di opposizio-

ne. Per farlo è necessario, ancora una volta, ricorrere alle semplificazioni tipiche della comunicazione politica massmediale.

La povertà presa sul serio può essere invece un indicatore importante per orientare scelte economiche e politiche, prima ancora che sociali. I numeri della povertà misurano, ad esempio, il grado di attuazione della Costituzione repubblicana. "È compito della Repubblica rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale, che, limitando di fatto la libertà e l'eguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione di tutti i lavoratori all'organizzazione politica, economica e sociale del Paese"¹⁸. Coloro che restano esclusi dal "pieno sviluppo" e dalla "partecipazione" sono i "poveri". È la "cultura dello scarto" di cui parla papa Francesco: "Con l'esclusione resta colpita, nella sua stessa radice, l'appartenenza alla società in cui si vive, dal momento che in essa non si sta nei bassifondi, nella periferia, o senza potere, bensì si sta fuori"¹⁹.

Nella sua esortazione apostolica dedicata ai poveri, *Dilexi te*, che rappresenta l'anello di congiunzione tra i due pontificati, papa Leone XIV riprende questi temi²⁰ e ricorda che "le società in cui viviamo spesso privilegiano criteri di orientamento dell'esistenza e della politica segnati da numerose disuguaglianze e, perciò, a vecchie povertà di cui abbiamo preso coscienza e che si tenta di contrastare, se ne aggiungono di nuove, talvolta più sottili e pericolose".

Il modo di informare e di comunicare non è neutrale di fronte alle disuguaglianze: può contribuire a ridurle o ad ampliarle. Non si tratta solo di impegnarsi concretamente per eliminare le cause strutturali della povertà, ma anche di promuovere "una trasformazione di mentalità che possa incidere a livello culturale". Se, nel comunicare, si coltiva "l'illusione di una felicità che deriva da una vita agiata", spingendo "molte persone verso una visione dell'esistenza imperniata sull'accumulo della ricchezza e sul successo sociale a tutti i costi", si finisce per alimentare "ideali sociali e sistemi politico-economici ingiusti, che favoriscono i più forti".

Il nostro modo di informare, anche quando non affronta direttamente il tema della povertà, può appartenere a "una cultura che scarta gli altri senza neanche accorgersene e tollera con indifferenza che milioni di persone muoiano di fame o sopravvivano in condizioni indegne dell'essere umano".

Comunicare la povertà: le parole per dirlo

Quando si parla di povertà, chi lavora ogni giorno accanto alle persone in difficoltà è chiamato per primo a fornire un'informazione corretta, esauriente ed effi-

¹⁸ Costituzione della Repubblica italiana, art. 3.

¹⁹ Papa Francesco, Esortazione apostolica *Evangelii Gaudium*, 24.11.2013, n. 53.

²⁰ Papa Leone XIV, Esortazione apostolica *Dilexi te*, 4.10.2025, nn. 10-11.

cace. Il problema nasce già dalle parole che usiamo: che cosa è davvero la povertà e chi sono i poveri?

Le definizioni tecniche non bastano. Dire, ad esempio, che “povertà è lo stato di indigenza consistente in un livello di reddito troppo basso per permettere la soddisfazione di bisogni fondamentali in termini di mercato, nonché in una inadeguata disponibilità di beni e servizi di ordine sociale, politico e culturale”²¹, non restituisce la complessità del fenomeno. D'altra parte bisognerebbe chiedere ai 5,7 milioni di persone in povertà assoluta in Italia (dati ISTAT 2024) se si riconoscono nell'etichetta di “poveri”.

Il modo in cui si parla della povertà è essenziale per informare in modo corretto. Le organizzazioni del privato sociale lo sanno bene. Saper spiegare chi sono le persone destinatarie dei propri interventi non è però semplice. Un esempio arriva proprio dal mondo Caritas, dove talvolta si utilizza il termine “beneficiari” per indicare chi riceve aiuto. Un termine che rischia di oscurare una verità fondamentale: il primo beneficiario dell'azione della Caritas è la comunità. Siamo tutti beneficiari – diretti o indiretti – del lavoro svolto. Lo stesso vale per i volontari, che “beneficiano” delle tante proposte di formazione. Eppure non per questo vengono definiti “poveri”. Ciò mostra quanto le parole possano essere limitanti o addirittura fuorvianti.

Non tutto può essere definito con precisione. A volte le definizioni si trasformano in gabbie; altre volte si intuisce qualcosa senza trovare le giuste espressioni. Nei Vangeli, ad esempio, un concetto fondamentale come quello di “regno” non viene mai definito, ma solo raccontato: “Il regno di Dio è simile a...” Ed è in questa prospettiva che risuona la provocazione di papa Francesco: “La povertà teorica non ci serve. La povertà si impara toccando la carne di Cristo povero, negli umili, nei poveri, negli ammalati, nei bambini”²².

Forse la parola “poveri” non vuole essere definita, o non può esserlo una volta per tutte. E tuttavia tentare una definizione di povertà, almeno in parte, è necessario per evitare derive strumentali e per ribadire che essa esiste eccome.

Forse la parola “poveri” non vuole essere definita, o non può esserlo una volta per tutte. E tuttavia tentare una definizione di povertà, almeno in parte, è necessario per evitare derive strumentali e per ribadire che essa esiste eccome.

²¹ Cfr. <https://www.treccani.it/enciclopedia/poverta>.

²² Papa Francesco, Udienza all'Assemblea plenaria dell'U.I.S.G., 8.5.2013.

È povero chi non ha il necessario per vivere dignitosamente. Ecco una sintesi possibile. Semplice solo in apparenza. Che cosa serve, infatti, per vivere in modo dignitoso? Se la “dignità che appartiene ad ogni essere umano” è “la radice dei diritti dell’uomo”²³, parlare di povertà significa considerare non solo bisogni materiali, ma anche giustizia e diritti.

Le realtà che lavorano con i poveri hanno una ulteriore responsabilità: offrire dati affidabili e non ideologici sulla situazione delle persone in difficoltà, sulle cause delle molte forme di povertà, sul mancato rispetto dei “diritti inviolabili dell’uomo, sia come singolo, sia nelle formazioni sociali ove si svolge la sua personalità” e sull’“adempimento dei doveri inderogabili di solidarietà politica, economica e sociale”²⁴.

Chi opera sul campo deve poter dare ai media gli elementi necessari per comprendere non solo la povertà, ma anche le sue cause e i percorsi che permettono di uscirne. Una sfida complessa, che richiede di descrivere la multidimensionalità del fenomeno. La Caritas e realtà analoghe sono chiamate a creare un ponte tra dati e volti, tra statistiche e comunità reali, “non perdendo di vista che l’asse di ogni strategia sono le persone, con storie e volti concreti, che abitano in un luogo determinato; non sono numeri, dati o statistiche interminabili”²⁵.

Questo impegno si inserisce in un orizzonte più ampio. Papa Leone invita a “responsabilità e onestà nell’adempimento dei rispettivi ruoli, per costruire insieme l’informazione del futuro”. E aggiunge: “In quest’impresa servono creatività e capacità di visione. Serve un pensiero lungimirante e costruttivo, che liberi la comunicazione dalla fretta delle mode, dalla parzialità degli interessi, dalla polemica che non educa all’ascolto. Le ‘cose nuove’ che dobbiamo affrontare chiedono pensieri nuovi e nuove prospettive, capaci di coinvolgere chi invece viene escluso o strumentalizzato da logiche di potere”.

Una sfida che riguarda non solo gli operatori dei media, ma chiunque oggi contribuisca a “mettere in circolo ‘notizie’”²⁶.

I professionisti dell’informazione servono

I tre ambiti indagati dall’Osservatorio di Pavia – telegiornali, talk-show e post di Facebook – costituiscono un campione significativo, ma rappresentano solo una piccola parte dell’immenso universo dell’informazione. Oggi cittadine e cittadini sono esposti a una quantità enorme di contenuti e di stimoli informativi, di fronte

²³ Compendio della dottrina sociale della Chiesa, n. 153.

²⁴ Costituzione della Repubblica italiana, art. 2.

²⁵ Papa Francesco, Messaggio per la Giornata mondiale dell’alimentazione, 14.10.2022.

²⁶ Papa Leone XIV, Discorso ai membri dell’Advisory Board della RCS Academy, 7.11.2025.

ai quali pochi dispongono degli strumenti necessari per selezionare, valutare e discernere. In questo contesto emergono con forza due elementi, indispensabili per dare orientamento alle persone.

Il primo fattore riguarda i professionisti dell'informazione. Mai come oggi è fondamentale che vi siano persone competenti, aggiornate, garantite nella loro professionalità da un Ordine professionale e sensibili agli obblighi previsti dalle carte deontologiche. Professionisti, cioè, che possano agire da filtro, non per indirizzare l'opinione pubblica in una direzione o nell'altra, ma per fornire ai cittadini gli strumenti indispensabili a una partecipazione informata alla vita pubblica.

I professionisti dell'informazione sono più che mai necessari. La loro scarsità²⁷ – spesso determinata da logiche di mercato che sembrano irreversibili e da scelte editoriali poco accorte – rende tutti più poveri. Abbiamo oggi molte più informazioni e molti meno giornalisti. Sarebbe essenziale, riprendendo l'immagine in apertura, che un'emittente televisiva avesse risorse professionali sufficienti per coprire entrambe le notizie: quella di un omicidio in un quartiere della Capitale e quella della presentazione del Rapporto povertà di Caritas Italiana.

Dare voce a chi non ha potere, dare visibilità agli invisibilizzati, oltretutto, è una misura dell'indipendenza e della libertà del giornalista.

Obiettivo di una corretta informazione è la cittadinanza consapevole. Ma attenzione, "i professionisti dei mezzi di comunicazione sociale non sono gli unici ad avere doveri etici. Anche i fruitori hanno obblighi. Gli operatori che tentano di assumersi delle responsabilità meritano un pubblico consapevole delle proprie"²⁸.

Questa consapevolezza, oggi, deve recuperare la dimensione comunitaria del discernimento. Ecco il secondo fattore: la comunità. 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. Nello spirito di Barbiana²⁹, dove la scuola non poteva prescindere dalla lettura quotidiana – e comunitaria – dei giornali.

Opere segno: dare volto ai dati nell'era dell'iperinformazione

Nell'era dell'iperinformazione proprio le Caritas dispongono di uno strumento capace di dare un volto ai dati e di trasformare le statistiche in strumenti di animazione della comunità: le "opere segno".

²⁷ Vedi a questo proposito il contributo di Matteo Naccari contenuto in questo volume.

²⁸ Compendio della dottrina sociale della Chiesa, n. 562.

²⁹ Scuola di Barbiana, *Lettera a una professoressa*, LEF, Firenze 1967, pp. 26-27.

I progetti, le case di accoglienza e i luoghi di incontro con i “poveri” sono “segni” nella misura in cui riescono a trasmettere un messaggio. Sono opere “parlanti”, secondo papa Benedetto, perché dicono “della motivazione interiore che le anima, e della qualità della testimonianza che da esse promana”³⁰. Più dei discorsi, sono le opere a raccontare la testimonianza di carità della comunità, se lo fanno in forme adeguate ai tempi e ai bisogni, orientate allo sviluppo integrale dell’uomo, alla giustizia sociale e alla pace, con particolare attenzione agli ultimi.

Hanno inoltre una funzione pedagogica: accompagnano la comunità attraverso la pedagogia dei fatti – più che delle notizie – e la preparano a una partecipazione informata.

Guardare il mondo con gli occhi dei poveri

L’indagine dell’Osservatorio di Pavia si concentra, per la parte televisiva, sui TG e i programmi di Rai, Mediaset, La7 e Nove. Si tratta della televisione nazionale, quella generalista, “laica” – nel senso di non confessionale. Va ricordato, però, che esiste un mondo dell’informazione di ispirazione cattolica, spesso animato da uno spirito di sana “laicità”, intesa come libertà dalle ideologie e dal potere, che pone il tema della povertà tra gli assi portanti della propria strategia comunicativa.

Le realtà che fanno direttamente capo alla Chiesa italiana – Tv2000, Radio-InBlu, il quotidiano *Avvenire*, l’agenzia SIR – contribuiscono ogni giorno a far sì che si parli di povertà e se ne parli in modo generativo. Lo stesso vale per i periodici diocesani affiliati alla FISC, per le emittenti della rete Corallo, e per settimanali, mensili, pubblicazioni e siti di news e approfondimento, non solo di ispirazione cristiana, che seguono con attenzione le attività e i temi caratteristici del mandato Caritas.

Papa Francesco ha dato a Caritas Italiana una chiara indicazione rispetto alla necessità di guardare il mondo con gli occhi dei poveri. È un criterio di grande valore anche per tutti coloro che operano nella comunicazione, perché a monte di ogni attività informativa c’è quella di osservazione.

Papa Francesco ha dato a Caritas Italiana una chiara indicazione rispetto alla necessità di guardare il mondo con gli occhi dei poveri. È un criterio di grande valore anche per tutti coloro che operano nella comunicazione, perché a monte di ogni attività informativa c’è quella di osservazione.

³⁰ Papa Benedetto XVI, Discorso alla Caritas Italiana nel 40° di fondazione, 24.11.2011.

A Caritas Italiana Francesco ha indicato, per restare nella realtà, la “via degli ultimi”: “È da loro che si parte, dai più fragili e indifesi. Da loro. Se non si parte da loro, non si capisce nulla”. “È bello allargare i sentieri della carità, sempre tenendo fisso lo sguardo sugli ultimi di ogni tempo. Allargare sì lo sguardo, ma partendo dagli occhi del povero che ho davanti. Lì si impara. Se noi non siamo capaci di guardare negli occhi i poveri, di guardarli negli occhi, di toccarli con un abbraccio, con la mano, non faremo nulla. È con i loro occhi che occorre guardare la realtà, perché guardando gli occhi dei poveri guardiamo la realtà in un modo differente da quello che viene nella nostra mentalità”. “Sono i poveri che mettono il dito nella piaga delle nostre contraddizioni e inquietano la nostra coscienza in modo salutare, invitandoci al cambiamento”³¹.

Non si tratta solo di parlare dei poveri. Né tantomeno solo di farli parlare. Ma di guardare la realtà attraverso i loro occhi.

La povertà informativa

È povero chi non ha il necessario per vivere dignitosamente. Se un’informazione completa e corretta è una ricchezza, la sua mancanza rappresenta una particolare, e diffusa, forma di povertà.

Tra le cause delle “nuove ondate di impoverimento”, che riguardano non solo i “poveri” ma tutti noi – “a volte può accadere che siamo noi stessi ad avere meno, a perdere ciò che un tempo ci pareva sicuro” – papa Leone annovera al contrario “un buon livello di istruzione e di informazione”³². 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.

I media sono “possibili e potenti strumenti di solidarietà”. “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”. “Contribuiscono a far sì che alcune persone siano ricche di informazione e altre povere di informazione, in un’epoca in cui la prosperità e perfino la sopravvivenza dipendono dall’informazione”. Per questo “le tecnologie della comunicazione e dell’informazione, insieme alla formazione nel loro uso, devono mirare ad eliminare queste ingiustizie e questi squilibri”³³.

³¹ Papa Francesco, Discorso ai membri di Caritas Italiana nel 50° di fondazione, 26.6.2021.

³² Papa Leone XIV, Messaggio per la IX Giornata dei poveri, 13.6.2025.

³³ Compendio della dottrina sociale della Chiesa, n. 561.

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

Tra gli ostacoli da rimuovere "che, limitando di fatto la libertà e l'eguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione", c'è dunque anche la povertà informativa. La rimozione di questo ostacolo "è compito della Repubblica". Ma non spetta solo alle istituzioni: riguarda tutti i cittadini – singoli e nelle formazioni sociali – quelli che scrivono e leggono, che "mettono in circolo notizie", condividono informazioni o le rendono accessibili, e anche chi ascolta e, dopo aver ascoltato, si alza dal divano ed esce per incontrare le storie e i volti di cui numeri e notizie erano solo un'anticipazione.

Piccola conclusione. La povertà come tabù

Ci siamo chiesti, all'inizio, se per rendere la povertà un evento "notiziabile" siano necessari criteri come attualità e novità, vicinanza geografica, portata e impatto, drammaticità e capacità di suscitare emozioni, prestigio delle persone coinvolte, possibilità di costruire una storia e conseguenze sulla vita di lettori e telespettatori.

Probabilmente la risposta è sì. La povertà assoluta, che attanaglia un decimo della popolazione in Italia (e nel mondo una persona su dieci sopravvive con meno di tre dollari al giorno), possiede tutte queste caratteristiche. È attuale, vicina, fa male, fa piangere, ha conseguenze. Si può raccontare bene, volendo, nelle sue cause e nei suoi effetti.

La povertà esiste, e può toccare chiunque, all'improvviso. È una verità che inquieta. Ed è proprio questa sua dimensione profondamente esistenziale a trasformarla, nel discorso pubblico, in un tabù: un tabù che dobbiamo imparare a infrangere.

La povertà esiste, e può toccare chiunque, all'improvviso. È una verità che inquieta. Ed è proprio questa sua dimensione profondamente esistenziale a trasformarla, nel discorso pubblico, in un tabù: un tabù che dobbiamo imparare a infrangere.

NOTE

[illegible]

NOTE

[illegible]

NOTE

[illegible]

NOTE

[illegible]

NOTE

[illegible]

NOTE

[illegible]

