



OSSERVATORIO  
di Pavia




OSSERVATORIO

# SOSTENIBILITALIA

GLI OBIETTIVI DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE NEI MEDIA ITALIANI ED EUROPEI

SCHEDA PROGETTO



“I media, descrivendo e precisando la realtà esterna, presentano al pubblico una lista di ciò intorno a cui avere un’opinione e discutere”

“in conseguenza dell’azione dei giornali, della televisione e degli altri mezzi d’informazione il pubblico è consapevole o ignora, enfatizza o traslascia elementi specifici degli scenari pubblici”

cit. da Shaw, “Agenda-setting and mass communication theory”



Il tema dello sviluppo sostenibile ha sicuramente un impatto rilevante sul pubblico dei mezzi di comunicazione di massa, interessando una vasta gamma di aspetti legati all'ambiente, all'economia, alla società. La sostenibilità ha inoltre acquisito nuovi caratteri ed ulteriore rilievo nel quadro dell'agenda 2030 dello sviluppo sostenibile, il programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU.

“Essa ingloba 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile - Sustainable Development Goals, SDGs - in un grande programma d'azione per un totale di 169 'target' o traguardi. L'avvio ufficiale degli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile ha coinciso con l'inizio del 2016, guidando il mondo sulla strada da percorrere nell'arco dei prossimi 15 anni” (UNCR, agenda 2030).





## Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile:



1 **POVERTÀ ZERO**  
Lotta a ogni forma di povertà nel mondo. crescita economica inclusiva, posti di lavoro sostenibili, uguaglianza



2 **FAME ZERO**  
sicurezza alimentare, miglioramento della nutrizione e promozione di un' agricoltura sostenibile



3 **SALUTE E BENESSERE**  
salute e il benessere per tutti e per tutte le età: salute infantile, salute materna, vaccini e farmaci, HIV/AIDS, malaria, tubercolosi e altre malattie,



4 **ISTRUZIONE DI QUALITÀ**  
educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti



5 **UGUAGLIANZA DI GENERE**  
uguaglianza di genere ed emancipazione di tutte le donne e le ragazze



6 **ACQUA PULITA E IGIENE**  
disponibilità e gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie.



7 **ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE**  
accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni



8 **LAVORO DIGNITOSO E CRESITA ECONOMICA**  
crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, occupazione piena e produttiva, lavoro dignitoso per tutti



9 **INDUSTRIA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE**  
infrastruttura resiliente e innovazione e industrializzazione equa, responsabile e sostenibile



10 **RIRIDURRE LE DISUGLIANZE**  
ineguaglianza all'interno di e fra le Nazioni: disparità di accesso alla sanità, all'educazione e ad altri servizi



11 **CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI**  
città e insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili



12 **CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI**  
modelli sostenibili di produzione e di consumo: acqua, energia, cibo, risorse naturali, rifiuti



13 **AGIRE PER IL CLIMA**  
promozione di azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico



14 **LA VITA SOTT'ACQUA**  
conservazione e utilizzazione in modo durevole di oceani, mari e risorse marine per uno sviluppo sostenibile



15 **LA VITA SULLA TERRA**  
protezione, ripristino e promozione di un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre



16 **PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI FORTI**  
società pacifiche ed inclusive ai fini dello sviluppo sostenibile., accesso universale alla giustizia istituzioni responsabili ed efficaci



17 **PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI**  
rafforzamento dei mezzi di attuazione e rinnovo del partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile



La maggioranza dei cittadini italiani si informa sui media tradizionali (stampa e tv) e anche su siti web, internet e social network. Un'informazione che a volte raccoglie le istanze in modo confuso e superficiale, antepone il sensazionalismo alla critica obiettiva, preferisce l'intrattenimento all'approfondimento, sostituisce esperti qualificati con divulgatori improvvisati e privi di titoli e competenze specifiche. Osservatorio SostenibilItalia intende fornire elementi di analisi (monitoraggio dei media, mappature degli stakeholder, analisi valoriali) per una **riflessione sulla comunicazione della sostenibilità**, al fine di valutare la natura dell'informazione, l'autorevolezza delle fonti e l'efficacia della sensibilizzazione del pubblico sull'argomento. L'Osservatorio analizzerà anche il rapporto tra descrizione mediatica della sostenibilità e percezione pubblica della sostenibilità come descritta dai media.

I risultati delle indagini saranno funzionali all'obiettivo più generale di **promuovere e sostenere un processo di advocacy, dentro e attraverso i media**. Il rapporti di ricerca e la loro divulgazione potranno infatti fornire informazioni utili agli *stakeholder* (associazioni, enti, istituzioni, aziende), costituire oggetto di presentazione e dibattito nell'ambito di eventi aperti al pubblico (conferenze, seminari, tavole rotonde e *workshop*, ospitati da enti pubblici, scuole, università) favorire il confronto e la discussione dei risultati (attraverso attività seminariali e formative destinate alle scuole, ai media così come ad altre figure professionali operanti nel settore della comunicazione), rafforzare la consapevolezza sul ruolo strategico dei media nella divulgazione e promozione degli obiettivi dello sviluppo sostenibile.

Per raggiungere i suoi obiettivi Osservatorio SostenibilItalia realizzerà una **ricerca annuale** (la conoscenza è presupposto fondamentale per stimolare il cambiamento e per coinvolgere la società e migliorarne il benessere), e una serie di **attività di comunicazione e sensibilizzazione** in grado di coinvolgere i mass media, le istituzioni, le scuole e il grande pubblico.



La metodologia utilizzata comprende diverse tipologie di analisi quantitative e qualitative.

**L'analisi del contenuto:** studi quali/quantitativi su: *la visibilità del tema, gli stakeholders, la qualità della comunicazione, i diversi contesti, i focus territoriali, i valori prevalenti* (le variabili sopra evidenziate possono essere incrociate tra di loro, tenendo conto delle testate giornalistiche, dei soggetti parlanti, dell'evoluzione diacronica, ecc.)

**L'approfondimento qualitativo** elementi per un dibattito sul materiale "critico", ossia quello più prettamente legato al contenuto, alle argomentazioni ai valori e agli eventuali aspetti critici o distorsioni nell'informazione.

**L'analisi delle argomentazioni,** dei valori, del profilo lessicale (definizione delle mappe concettuali e delle parole chiavi che ricorrono più frequentemente associate ai temi ambientali, sociali ed economici).



Attraverso la ricerca si evidenzierà:



quali **media** sono più attivi nella promozione dello sviluppo sostenibile in Italia



quali **obiettivi** dello sviluppo sostenibile sono maggiormente trattati dai media italiani



quali **settori** (food, energia, ecc) secondo i media stanno maggiormente trasformandosi per adeguarsi agli obiettivi dello sviluppo sostenibile



quali sono le **istituzioni pubbliche** (governi nazionali, amministrazioni locali, unione europea, ecc) che maggiormente si distinguono per l'attenzione riservata ai temi della sostenibilità. quali dovrebbero promuoverli maggiormente nei prossimi anni.



quali **imprese private** e **associazioni** risultano essere leader nella integrazione della sostenibilità tra le proprie strategie aziendali



quali sono gli **stakeholder** più attivi nel promuovere attraverso i media lo sviluppo sostenibile in Italia



# OUTPUT E SERVIZI

## NEWS DATABASE

indicizzazione di tutte le notizie con rilevazione di data, rete, testata giornalistica, ora messa in onda, argomento, tema principale, tema secondario, interviste



TG5 (ore 20:00)	Estero: ha completato il giro del mondo un catamarano ad energia solare
TG2 (ore 13:00)	Politiche comunitarie sulle energie rinnovabili, nel futuro l'energia potrebbe costare zero
TG2 (ore 20:30)	Approfondimento del Tg2 dedicato alla produzione di energia: la dipendenza dell'Italia dall'estero, i dati e i
TG2 (ore 20:30)	Approfondimento del Tg2 dedicato alla produzione di energia: le strategie allo studio del governo per una r
TG2 (ore 20:30)	Approfondimento del Tg2 dedicato alla produzione di energia: In Scozia, una delle Isole Ebridi interamente a
TG2 (ore 13:00)	Parma, emergenza maltempo: in alcuni comuni manca l'energia elettrica, la situazione dopo la fuoriuscita de
TG2 (ore 20:30)	Approfondimento del TG2 sull'energia, i depositi di petrolio della Val d'Agri in Basilicata fra progetti di sfrut
TG2 (ore 20:30)	Approfondimento del TG2 sull'energia, la dipendenza dell'Italia da fonti straniere di tipo fossile
TG2 (ore 20:30)	Approfondimento del TG2 sull'energia, l'aumento del ricorso alle fonti alternative e rinnovabili
TG1 (ore 13:30)	Maltempo a Milano: polemiche dopo gli allagamenti di ieri, ci sono ancora quartieri senza energia elettrica e
TG2 Dossier	Liberati dal petrolio: le contraddizioni del mercato dell'energia in Italia, le esigenze inderogabili della salvag
TG2 (ore 13:00)	Gran Bretagna: energia pulita per gli autobus
TG1 (ore 20:00)	L'Autorità per l'energia stabilisce la riduzione delle bollette di luce e gas dal 1° gennaio 2015
TG3 (ore 19:00)	L'Autorità per l'energia stabilisce la riduzione delle bollette di luce e gas dal 1° gennaio 2015
TG5 (ore 20:00)	Maltempo: dopo le forti nevicate di ieri ancora pesanti i disagi al centro-nord con molto centri senza energia
TG4 (ore 18:55)	Maltempo, l'Italia è di nuovo in ginocchio: a Bergamo: gravi i disagi nelle abitazioni senza energia elettrica r
Studio Aperto (ore 18:30)	Maltempo: in Romagna tantissime le persone rimaste al freddo e senza luce. Ancora migliaia le abitazioni sen
TG1 (ore 20:00)	Il governo prepara il pacchetto di liberalizzazioni su rc auto, pensioni, comunicazioni, poste, energia, notai.
TG3 (ore 19:00)	Meteo: emergenza maltempo al Centro e al Sud, a Teramo una frana provoca l'incendio del un gasdotto, otto
TG2 (ore 20:30)	Meteo: emergenza maltempo al Centro e al Sud, in Abruzzo ancora migliaia di persone senza energia elettric

## ANALISI DI SCENARIO

descrizione del contesto (tendenze, fenomeni, eventi, cornici generali, elementi caratteristici) all'interno del quale è tematizzato il tema della sostenibilità





# OUTPUT E SERVIZI

## MAPPATURA STAKEHOLDERS

rilevazione dei diversi attori della comunicazione, analisi quantitativa e qualitativa dell'immagine di soggetti collettivi, del loro management, soggetti individuali, giornalisti, rappresentanti delle principali categorie di soggetti (esperti, operatori di settore, soggetti pubblici, politici, ecc.)



## MEDIA LIBRARY

digitalizzazione ed archivio video dei servizi di informazione riguardanti la sostenibilità. Realizzazione di videoschede periodiche di sintesi dei principali prodotti mediatici dedicati a temi e soggetti pertinenti



# CAMPIONE

## TV

Il monitoraggio base è previsto per 365 giorni all'anno sui **telegiornali\* dei principali network nazionali**, Rai, Mediaset, La7 (*totale campione di analisi: più di 50.000 notizie ogni anno*). Per contestualizzare il quadro italiano nello scenario europeo, potranno essere analizzati a campione anche i **principali telegiornali europei** (ARD, FRANCE2, BBC, TVE), e le **principali trasmissioni di informazione**.



(\*) Nonostante la nascita e la rapida diffusione di new media, la televisione generalista svolge ancora un ruolo determinante nella formazione dell'opinione pubblica su temi ed argomenti di interesse generale. Nel mondo dell'informazione la centralità dei telegiornali è ancora fuori discussione visto che l'80,9% degli italiani li utilizza come fonte. In Italia totale spettatori tg prime time ai+mediaset+la7, mercoledì 11 maggio 2016 = 15.245.000 spettatori



# CAMPIONE



## STAMPA / WEB

Sul web saranno monitorate le principali testate della stampa generalista e specializzata e un campione di siti web di enti, istituzioni e soggetti pertinenti all'indagine

## SOCIAL NETWORK

Saranno analizzate le conversazioni relative ai temi pertinenti su twitter e su un panel significativo di pagine Facebook e instagram



Periodicamente verrà pubblicato un **dettagliato rapporto** con analisi quali-quantitative sui temi più trattati dall'informazione televisiva italiana ed europea e sui temi più discussi sul web



# COMUNICAZIONE

## PUBBLICI COINVOLTI

Le attività di comunicazione coinvolgeranno i soggetti economici pubblici e privati interessati al tema, i principali media tradizionali e digitali, le istituzioni competenti in materia (comunitarie, nazionali e territoriali), le associazioni di categoria, le associazioni d'impresa, gli stakeholder, l'opinione pubblica, le scuole, l'università



## PRINCIPALI AZIONI

**EVENTI E INCONTRI PERIODICI:** partecipazione a iniziative di divulgazione dei risultati del monitoraggio e di sensibilizzazione sui temi dello sviluppo sostenibile (convegni, workshop e seminari per la condivisione di buone pratiche, incontri sul territorio, incontri universitari, seminari nelle scuole, web-seminari).

**DIGITAL PR:** costruzione di un'area web informativa/gestionale che renderà disponibile nuovi ambiti di comunicazione tra i vari operatori. diffusione capillare delle attività e delle ricerche dell'osservatorio attraverso i principali social network (LinkedIn, Facebook, Twitter, ecc.).



L'Osservatorio di Pavia è un istituto di ricerca e di analisi della comunicazione, fondato nel 1994 dalla C.A.R.E.S., Cooperativa di analisi e rilevazione economiche e sociali.

Oggetto della sua attività è lo studio della comunicazione nei media (stampa, radio, televisione e internet).

Obiettivo principale dell'Osservatorio di Pavia è il monitoraggio e la salvaguardia del pluralismo sociale, culturale e politico nel campo dei mass media, attraverso l'elaborazione di metodologie innovative di ricerca e analisi



L'Osservatorio impiega più di 20 ricercatori e si avvale della collaborazione di un network di accademici ed esperti nel settore dei media e della comunicazione. Da più di 20 anni svolge continuamente l'attività di monitoraggio del pluralismo politico sulle televisioni nazionali, i cui risultati vengono utilizzati dalla Commissione Parlamentare di Vigilanza RAI.

Grazie all'esperienza maturata in ambito nazionale, l'Osservatorio di Pavia si è accreditato come centro di primo piano in tema di libertà di espressione, mass media e democrazia, in particolare attraverso la collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri, l'OSCE/ODIHR, l'Unione Europea, il Council of Europe (COE), l'Onu e con organizzazioni non governative italiane e straniere per cui ha svolto numerose attività di monitoraggio in Paesi esteri.

**20+**  
anni

**20+**  
ricercatori

**80+**  
paesi

Il patrimonio di esperienze capitalizzato ha permesso all'Osservatorio di Pavia di svolgere percorsi formativi indirizzati a istituzioni locali, nazionali e internazionali, al sistema scolastico, alle università e alla formazione avanzata.

Tra i principali ambiti di ricerca, la comunicazione politica, sociale, scientifica, economica, e pubblicitaria.

Sono oggetto di studio anche i profili di immagine di aziende e istituzioni, di soggetti e brand, la rappresentazione di eventi e temi su tutti i media tradizionali e digitali, nazionali ed internazionali



## L'Osservatorio di Pavia ha lavorato con:

UNDP, UNHCR, UNESCO, Council of Europe, Camera dei Deputati, Istituto Superiore di Sanità, Ministero degli Affari Esteri, Ministero dell'Ambiente, Ministero del Tesoro, IOM Bruxelles, OSCE/ODIHR, Ufficio del Parlamento europeo in Italia, Ufficio di Rappresentanza della Commissione Europea a Milano, Ufficio di Rappresentanza della Commissione Europea in Italia, Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro, Corpo forestale dello Stato, Dipartimento delle Politiche europee (Presidenza del Consiglio dei Ministri) Consiglio Regionale Emilia Romagna, Consiglio Regionale Liguria, Consiglio Regionale Lombardia, Consiglio Regionale Piemonte, Consiglio Regionale Puglia, Consiglio Regionale Toscana, Provincia di Cagliari, Provincia di Lodi, Provincia di Milano, Provincia di Parma, Provincia di Venezia, Regione Autonoma della Sardegna, Regione Campania, Regione Lazio, Comitato provinciale per le comunicazioni della Provincia Autonoma di Trento, Comitato provinciale per le comunicazioni della Provincia Autonoma di Bolzano, CoReCom della Regione Abruzzo, CoReCom della Regione Calabria, CoReCom della Regione Emilia Romagna, CoReCom della Regione Friuli Venezia Giulia, CoReCom della Regione Lazio, CoReCom della Regione Liguria, CoReCom della Regione Lombardia, CoReCom della Regione Marche, CoReCom della Regione Piemonte, CoReCom della Regione Sardegna, CoReCom della Regione Toscana, CoReCom della Regione Val d'Aosta, CoReCom della Regione Veneto, ASL8 di Cagliari, Comune di Oristano, AUSE (Associazione Universitaria di Studi Europei),

Università di Harvard (Stati Uniti d'America), Università di Liverpool (UK), Istituto Universitario Europeo, IULM, Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, Università Cattolica di Milano, Università degli Studi di Bologna, Università degli Studi di Milano Bicocca, Università degli Studi di Firenze, Università degli Studi di Genova, Università degli Studi di Padova, Università degli Studi di Parma, Università degli Studi di Pavia, Università della Calabria, Università di Roma La Sapienza, Università di Roma Tre, Università di Torino, Università degli Studi di Trento, Università di Zseged (Ungheria) ITIS Ettore Majorana di Genova, Liceo Classico Statale G.B. Beccaria di Mondovì, Liceo Classico Statale Ugo Foscolo di Pavia, Liceo Ginnasio di Stato Eugenio Montale di Roma, Liceo Scientifico Enrico Fermi di Cecina, Liceo Scientifico Statale Giordano Bruno di Mestre, Liceo Scientifico Statale Taramelli di Pavia





## L'Osservatorio di Pavia ha lavorato con:

RAI, Mediaset, La7, Sky, Euronews  
Fastweb, Enel, Eni, BMW, Pirelli, Ferrovie dello Stato, Telecom, Vodafone, British American Tobacco Italia, Coca Cola, Carat-Aegis media, Centromarca, CIRM, Civita, HBC Italia, Demos & Pi, Editoriale Espresso, Editoriale Vita, Eurocare Italia, Fondazione Ambrosetti, Fondazione per la Scuola della Compagnia di San Paolo, IEM - Fondazione Rosselli, IRer-Lombardia, eXtrapola, GPF&Associati, Istituto IARD, IBC (Associazione delle Industrie dei Beni di Consumo), IIT (Istituto Italiano di Tecnologia), Ipsos S.r.l., Altroconsumo, Ispi, Istituto di Ricerche Farmacologiche Mario Negri, Koinetica, LaPolis (Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo"), Methodos, l'Unità, Parini e associati, Pomilio Blumm, Reckitt Benckiser Italia, SelPress, Sisal, Sole 24 Ore, Soroptimist International Club Pavia, Stage up, Studio Frasi, SWG, Time, TNS Infratest Spa, TT&Associati, Vanity Fair

UNICEF, WWF, CARITAS, Medici Senza Frontiere, Amnesty International Italia, Fondazione Unipolis, ASPR, Ordine dei giornalisti, Associazione Carta di Roma, COPEAM (Permanent Conference of the Mediterranean Audiovisual Operators), CSI Piemonte, CSV (Centro Servizi Volontariato) di Pavia e Provincia, ECES (European Centre for Electoral Support), EIGE (European Institute for Gender Equality), Elex (Esperti di osservazione internazionale e di processi di democratizzazione), ERIS (Electoral Reform International Services), EODS (Election Observation and Democratic Support), ERIS (Electoral Reform International Services), FEI (France Expertise Internationale), GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit), IMS (International Media Support), Istituto Mediawatch di Innsbruck, Austria, OMEC (Observatoire des Médias Congolais), ONG Movimondo Roma, Soletterre, Associazione Diversity, Strategie di Pace Onlus, Sovrano Ordine di Malta, UCODEP, UCOFEM (Union Congolaise des Femmes des Médias), WACC (World Association for Christian Communication)





# SOSTENIBILITALIA




**OSSERVATORIO**  
 di Pavia

c/o CARES s.c.r.l.  
 Via Roma 10, 27100 PV  
 Tel 0382 28911 – 29979  
 e-mail: [progetti@osservatorio.it](mailto:progetti@osservatorio.it)