

# ONDATE DI CALORE SUI MEDIA

Il caldo estremo dell'estate 2025 raccontato dai protagonisti dell'informazione in Italia

Luglio 2025



**GREENPEACE**



## **ONDATE DI CALORE SUI MEDIA**

**Il caldo estremo dell'estate 2025 raccontato dai protagonisti dell'informazione in Italia**

*A cura di Mirella Marchese, Osservatorio di Pavia*

### **INDICE**

<b>Introduzione.....</b>	<b>3</b>
<b>Il campione e la metodologia.....</b>	<b>4</b>
<b>L'informazione sulle ondate di calore nei notiziari televisivi.....</b>	<b>5</b>
<b>L'informazione sulle ondate di calore sui quotidiani.....</b>	<b>9</b>
<b>Le narrative su Facebook.....</b>	<b>12</b>
<b>Conclusioni.....</b>	<b>19</b>

## Introduzione

Negli ultimi anni i fenomeni di caldo intenso, le cosiddette ondate di calore, stanno diventando frequenti, intensi e prolungati in tutto il pianeta. Nel 2022 un'ondata di calore in Cina è durata ben 70 giorni; sempre nello stesso anno il Regno Unito ha vissuto un'ondata di caldo da record con temperature che hanno superato i 40°C, mentre India e Pakistan hanno avuto estati torride che secondo [l'Organizzazione Meteorologica Mondiale \(WMO\)](#) sono ormai fino a 30 volte più probabili a causa del cambiamento climatico. In Italia, secondo [ISPRA](#) nel 2023 è stato osservato un aumento di circa 29 giorni di ondate di calore rispetto al valore medio calcolato nel trentennio di riferimento (1991-2020).

Tra i dati più recenti ci sono quelli di uno [studio condotto dagli scienziati dell'Imperial College di Londra e della London School of Hygiene & Tropical Medicine](#), che hanno redatto un'analisi sulle morti per calore in alcune città europee durante l'ondata di calore di fine giugno/inizio luglio di quest'anno e che indicano, tra gli altri risultati, che circa 1.500 dei 2.300 decessi da calore stimati sono il risultato del cambiamento climatico.

L'impatto crescente di questa emergenza climatica sulla salute pubblica, sull'ambiente e sull'economia richiederebbe una copertura mediatica adeguata e approfondita, capace di giocare un ruolo nella prevenzione dei danni, informando la popolazione sui rischi concreti e sulle misure di adattamento, ma anche in grado di contestualizzare le cause strutturali del fenomeno, raccontando questi eventi come sintomi di una crisi climatica sistemica.

Questo report intende esplorare come i media italiani mainstream – giornali, notiziari e pagine Facebook – abbiano informato il pubblico sull'ondata di calore che ha colpito l'Italia e l'Europa tra la fine di giugno e l'inizio di luglio del 2025. Insieme alle caratteristiche dell'informazione dei media, questa analisi si è anche occupata dei commenti alle notizie riguardanti l'ondata di calore da parte degli utenti di Facebook, per indagare l'emergere di narrative ricorrenti sul tema nei fruitori dei social media.

## Il campione e la metodologia

**Campione notiziari:** tutti i notiziari trasmessi in fascia prime time nel periodo dal 23 giugno al 5 luglio 2025 dai sette canali della TV generalista: *Tg1, Tg2, Tg3, Tg4, Tg5, Studio Aperto e Tg La7*

**Campione giornali:** tutte le uscite dal 23 giugno al 5 luglio 2025 delle versioni cartacee dei 5 quotidiani che sono anche oggetto dei report annuali sull'informazione climatica a cura dell'Osservatorio di Pavia per Greenpeace e includono: *Avvenire, Corriere della Sera, Il Sole 24 Ore, la Repubblica, La Stampa.*

**Campione Facebook:** le pagine Facebook di 10 testate giornalistiche nel periodo 23 giugno-4 luglio. *Le testate sono: Avvenire, Corriere della Sera, Il Sole 24 Ore, la Repubblica, La Stampa, Il Fatto Quotidiano, Libero, Domani, La Verità, Il Giornale.* Le 10 testate sono state selezionate con l'intento di includere sia testate generaliste ad ampia diffusione (come *Corriere della Sera, la Repubblica, La Stampa, Il Sole 24 Ore e Avvenire*), sia testate con una linea editoriale più marcata (*Il Fatto Quotidiano, Libero, Domani, La Verità, Il Giornale*). L'inclusione di testate meno generaliste è stata motivata dalla volontà di cogliere la varietà di frame, toni e priorità nei post e nei commenti sul tema delle ondate di calore al variare delle linee editoriali.

**Per rintracciare il materiale pertinente sono state utilizzate le seguenti parole chiave:** *caldo, calore, ondat\*, clima, climatic\*, temperatur\**

**In tutto sono stati selezionati e analizzati:** *131 servizi nei telegiornali, 120 articoli sui quotidiani e 136 post su Facebook*

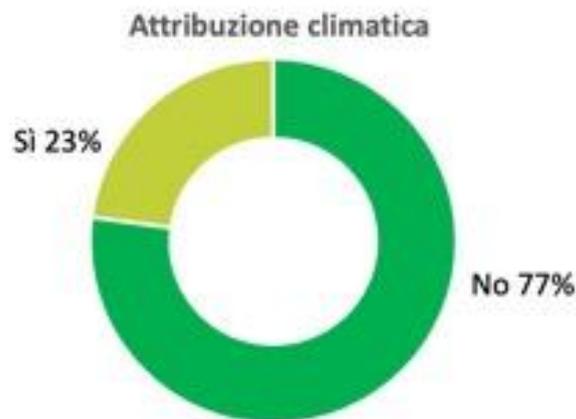
Una volta isolati i contenuti pertinenti, i testi ottenuti sono stati analizzati utilizzando un approccio di analisi del contenuto quanti-qualitativo. Il processo di analisi è stato fatto manualmente. I dati per l'analisi su Facebook sono stati estratti grazie a Meta Content Library basandosi sulla lista di keywords qui sopra indicate.

## L'informazione sulle ondate di calore nei notiziari televisivi

L'analisi della copertura informativa delle ondate di calore nei telegiornali italiani mostra un andamento rapsodico della copertura: l'attenzione esplode durante il picco di calore, accompagnata da toni che si esprimono anche nei titoli sensazionalistici, per poi spegnersi non appena il meteo cambia. La natura effimera e discontinua dell'attenzione nei confronti degli eventi climatici estremi, evidenziata anche nei [rapporti annuali dell'Osservatorio di Pavia per Greenpeace](#), contribuisce a veicolare al pubblico l'idea che le temperature estreme siano un caso isolato, invece di inquadrare il fenomeno come parte di una tendenza globale.



La mancanza di contestualizzazione delle ondate di calore nel racconto dei tg è anche determinata dalla scarsa attribuzione climatica del fenomeno. Il nostro monitoraggio mette in luce come solo il 23% dei servizi analizzati cita la crisi climatica come contesto esplicativo. Inoltre, quando il cambiamento climatico viene citato, tende ad apparire come nota introduttiva al servizio o come spiegazione generica e non approfondita: su 30 servizi che citano la crisi climatica, solo in 9 casi l'informazione esplicita le responsabilità del riscaldamento globale, mettendolo per esempio in connessione con le emissioni di gas serra o con le sue cause antropiche.

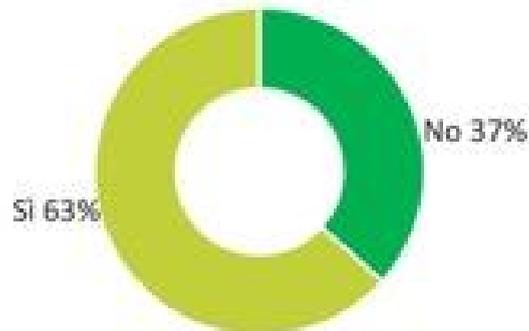


Un altro aspetto comune della narrazione è il focus sulle conseguenze e sui danni di breve periodo: i servizi dei tg mettono frequentemente l'accento sugli effetti tangibili e immediati dell'ondata di calore (l'87% dei servizi ne parla diffusamente). Tra gli effetti immediati più enfatizzati ci sono quelli naturali (incendi, eventi estremi, riscaldamento dell'acqua del mare, siccità) e gli effetti sul benessere e sulla salute della popolazione, per lo più malori e decessi attribuiti alle alte temperature e con un focus sui rischi per i soggetti fragili. I tg hanno anche dato rilievo ai rischi per i lavoratori esposti alle ondate di calore, in particolare nei settori più vulnerabili come l'edilizia, l'agricoltura e la logistica, mettendo in luce l'urgenza di norme di sicurezza, come la sospensione del lavoro in caso di temperature eccessive e informando sull'adozione di ordinanze regionali e protocolli nazionali. Tra gli effetti raccontati ci sono anche i danni infrastrutturali: blackout e problemi per i trasporti. Meno visibili le conseguenze per l'economia che includono, per esempio, i danni e relativi costi di temperature estreme e siccità per l'agricoltura.

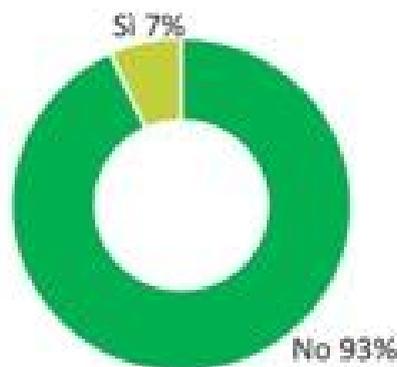
All'interesse mediatico sulle conseguenze del caldo estremo si accompagna quello per le risposte agli effetti, declinate come misure di adattamento alle ondate di calore e non, invece, come misure di mitigazione per le cause del fenomeno. Nel coverage dei notiziari raramente si menzionano azioni concrete intraprese o necessarie per mitigare il riscaldamento globale e perciò diminuire il rischio che il fenomeno si ripeta in futuro con uguale o maggiore frequenza e intensità.

Di interventi di mitigazione, come la riduzione delle emissioni climalteranti o la necessità di mettere in atto la transizione verso le fonti di energia rinnovabili, si parla solo nel 7% dei servizi dedicati al fenomeno delle ondate di calore, mentre di misure di adattamento si parla nel 63% dei servizi, inclusi i consigli pratici (idratarsi, evitare l'esposizione al sole nelle ore più calde).

### Misure di adattamento



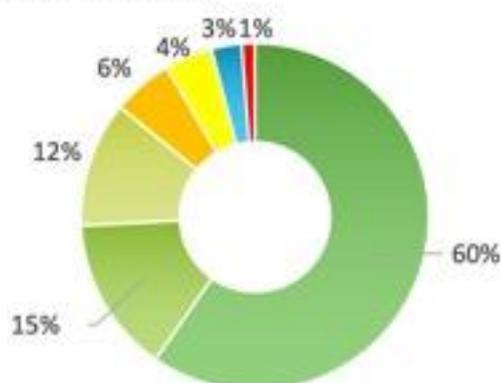
### Azioni di mitigazione



Un altro elemento emerso dal monitoraggio riguarda le dichiarazioni dei soggetti sulle ondate di calore. A questo proposito l'analisi dei servizi pertinenti ha messo in luce una tendenza narrativa che tende a privilegiare nell'informazione le testimonianze dirette dei cittadini e delle cittadine comuni. Il 60% delle dichiarazioni nei servizi che trattano delle ondate di calore sono voci di persone comuni. Si tratta di turisti e passanti accaldati che in rapide interviste commentano i valori delle temperature, raccontano come il caldo influenzi la loro quotidianità e quali rimedi mettono in campo per fare fronte al problema. Questa scelta editoriale risponde a una logica emotiva e di immediata comprensione, in cui l'impatto dell'ondata di calore viene reso tangibile attraverso le parole e i volti di chi la subisce in prima persona. Tuttavia, ciò comporta una forte semplificazione del fenomeno, che viene spesso ridotto a una dimensione esperienziale, aneddotica. Al contrario, le voci degli esperti — climatologi, fisici, meteorologi medici, personale sanitario — ricevono meno spazio. Le loro voci ammontano al 16% delle dichiarazioni, mentre il 15% sono le

dichiarazioni di esponenti del mondo del lavoro e dell'economia, che includono imprenditori, operai, agricoltori, sindacalisti. Questo squilibrio nella rappresentazione può anch'esso contribuire a una scarsa comprensione del fenomeno nelle sue cause strutturali. Questo tipo di copertura, che privilegia l'esperienza quotidiana delle persone comuni, ha il vantaggio di umanizzare la notizia, rendendola più immediata e vicina allo spettatore, ma rischia al contempo di ridurre la complessità del problema a una serie di strategie individuali per fronteggiare il problema, tralasciando così un'analisi più approfondita delle cause e delle conseguenze sistemiche delle ondate di calore capace di offrire gli strumenti per interpretare le ondate di calore come parte di uno scenario più ampio.

Le dichiarazioni nei tg



- Gente comune
- Esponenti mondo economico/lavoratori
- Esperti (fisici, climatologi, metereologi)
- Esponenti politici
- Medici, professioni sanitarie
- Soccorritori/ Esponenti mondo associazioni/volontariato
- Mondo dell'informazione

Inoltre, le immagini che accompagnano i servizi dei telegiornali sulle ondate di calore e sul caldo estremo raffigurano spesso persone che si divertono in situazioni di vacanza in spiaggia, al lago, fiume o in montagna, nonostante il testo verbale del servizio non descriva positivamente il fenomeno. La scelta narrativa di mostrare e intervistare persone ritratte in situazioni di svago estivo, di *'fun in the sun'* rischia di attenuare la percezione nel pubblico della gravità del fenomeno e della sua pericolosità.

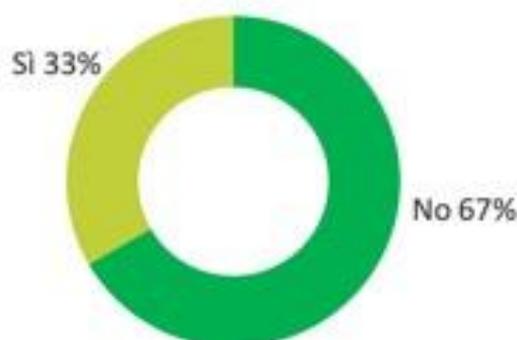
## L'informazione sulle ondate di calore sui quotidiani

Il picco di attenzione per le ondate di calore sui giornali si concentra nei giorni che vanno dal 2 al 5 luglio, mentre nei giorni precedenti, alla fine di giugno, l'attenzione al problema appare piuttosto scarsa.



Come già osservato nei notiziari, anche nei giornali l'analisi degli articoli rivela come l'informazione tende a inquadrare con poca frequenza le ondate di calore nel contesto più ampio della crisi climatica. Nel 67% degli articoli pertinenti infatti non si fa alcun cenno al riscaldamento globale e ancora meno si fa riferimento alle sue cause. Su 40 articoli che fanno esplicito riferimento alla crisi climatica, 20 ne approfondiscono cause e/o ne citano i responsabili.

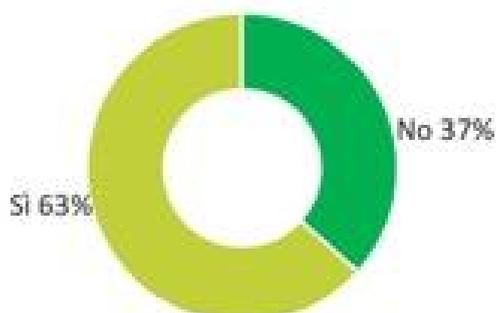
### Attribuzione climatica



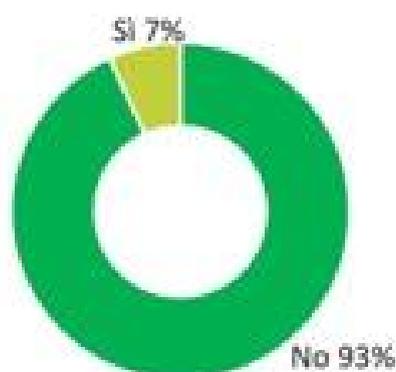
L'interesse per le conseguenze immediate delle ondate di calore domina la narrazione: la quasi totalità degli articoli (il 93%) cita uno o più danni o rischi tangibili del caldo estremo. I rischi per la salute della popolazione insieme a quelli per i lavoratori esposti al caldo estremo sono tra le conseguenze più evocate, seguiti dalle conseguenze sull'habitat naturale (eventi estremi, incendi, scioglimento dei ghiacciai). Si parla anche di danni alle infrastrutture e di perdite economiche. Ci sono poi alcuni articoli che mettono l'accento sull'inasprirsi delle disuguaglianze, evidenziando come le ondate di calore colpiscano maggiormente chi ha meno risorse per sfuggirvi.

Venendo poi alle soluzioni e alle azioni di contrasto, anche per i giornali a prevalere sono le misure di adattamento, rispetto a quelle di mitigazione: il 67% degli articoli cita una qualche misura di adattamento e solo il 10% cita azioni di mitigazione. Includere nell'informazione il racconto delle soluzioni nell'ambito climatico è utile per raccontare cosa si sta facendo e cosa si potrebbe fare, in un momento in cui l'attenzione del pubblico per il clima è alta. Tuttavia, se l'attenzione resta concentrata in larga parte sull'adattamento il rischio è quello di ritrarre le soluzioni come una serie di reazioni a eventi ormai inevitabili, trasmettendo l'idea che il cambiamento climatico sia un fenomeno unicamente da gestire e non una realtà da contenere e prevenire. Dare maggior spazio alle soluzioni strutturali e di lungo termine, come la transizione verso le energie rinnovabili, l'abbandono dei combustibili fossili, la decarbonizzazione dell'industria e dei trasporti, può invece contribuire a spostare il dibattito da una logica emergenziale a una visione di possibile trasformazione dei sistemi economici ed energetici dove anche le responsabilità sono problematizzate.

### Misure di adattamento

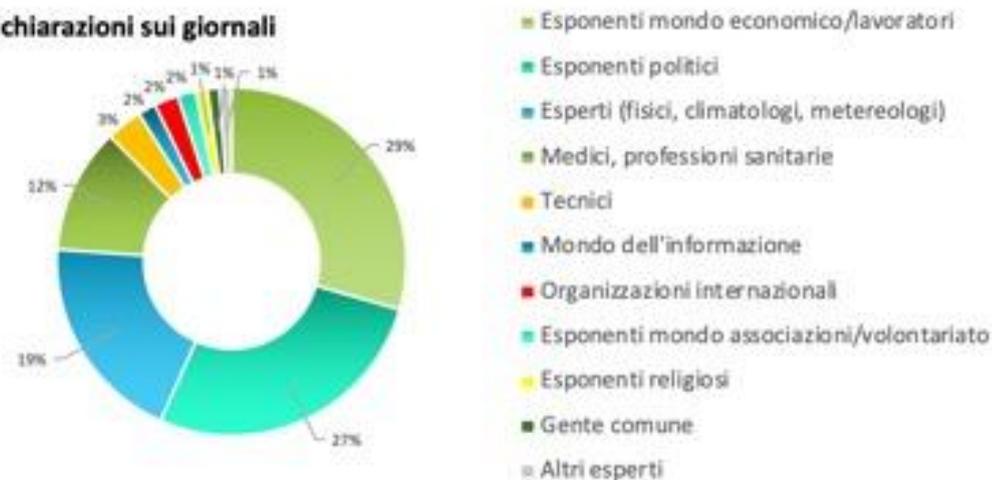


### Azioni di mitigazione



L'analisi delle dichiarazioni riportate negli articoli di giornale che parlano di ondate di calore evidenzia una prevalenza di voci provenienti da ambiti specifici. In cima alla classifica figurano gli esperti di ambito medico-scientifico (56 dichiarazioni di esperti tra meteorologi, climatologi, medici, operatori sanitari), seguiti da esponenti del mondo economico e del lavoro (53) e dai politici (49). Queste tre categorie rappresentano oltre l'85% delle dichiarazioni totali. Questo dato suggerisce una narrazione dominata da figure che contribuiscono a costruire un discorso principalmente tecnico-medico-scientifico e politico-economico attorno al fenomeno delle ondate di calore. Al contrario risulta scarsa la presenza di altre voci, tra le quali quelle della gente comune, escludendo così una visione di *'testimonianza dal basso'* e comprimendo la complessità del fenomeno, attraverso una riduzione di punti di vista nel racconto.

### Le dichiarazioni sui giornali



## Le narrative su Facebook

Le prime ondate di calore dell'estate 2025 sono state anche tema dell'informazione via social, ecosistema nel quale si è potuto osservare il proliferare del negazionismo climatico nelle sue varie forme.

L'analisi qualitativa dei contenuti delle pagine Facebook ha esplorato sia i post delle testate giornalistiche, sia i commenti degli utenti.

Per i post l'analisi si è concentrata sul testo del post e sul titolo del contenuto condiviso, anche basandosi sui risultati delle [ricerche](#) che dicono che gli utenti di Facebook tendono a condividere o commentare post basandosi unicamente sul testo visibile o sul titolo, senza cliccare per leggerne il contenuto completo.

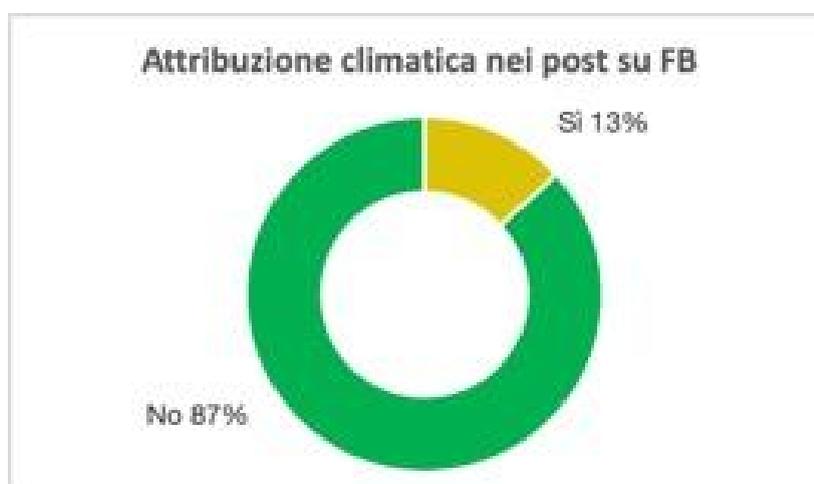
### I post

I post estratti con le parole chiave selezionate dalle pagine Facebook delle 10 testate selezionate sono in tutto 136 e affrontano il tema delle ondate di calore puntando su un mix di cronaca, dati sulle temperature e soluzioni di adattamento, spiegano l'intensità del fenomeno sottolineando gli effetti del caldo per la salute, la relazione tra surriscaldamento ed eventi estremi, l'impatto sui lavoratori, sulle infrastrutture e sulle città. In termini quantitativi la copertura delle ondate di calore sulle pagine Facebook dei quotidiani selezionati risulta piuttosto marginale. Su un totale di 6.088 post pubblicati complessivamente dalle 10 testate, solo 136 hanno riguardato esplicitamente il tema, pari al 2% complessivo. Anche le testate con la più elevata produzione di contenuti, come *Il*

*Fatto Quotidiano* (1.350 post) e *Il Sole 24 Ore* (1.214 post), dedicano al tema appena l'1-2% dei loro post al tema. Spicca *Il Giornale*, che pur con un ridotto numero complessivo di post (33), presenta la percentuale più alta di copertura (6%), segno che in quel periodo ha dato relativamente più spazio all'argomento, seppur in termini assoluti con soli 2 post. Questo dato potrebbe indicare una sottovalutazione del fenomeno nel discorso pubblico mediato dai social, nonostante l'aumento della frequenza e intensità degli eventi estremi legati al clima.

	<b>N° post complessivi</b>	<b>N° post ondate di calore</b>	<b>%</b>
Il Giornale	33	2	6%
La Stampa	583	26	4%
Libero	163	7	4%
la Repubblica	867	28	3%
Corriere della Sera	1061	25	2%
Domani	383	8	2%
La Verità	290	5	2%
Il Sole 24 ORE	1214	19	2%
Avvenire	144	2	1%
Il Fatto Quotidiano	1350	14	1%
<b>Totale</b>	<b>6088</b>	<b>136</b>	<b>2%</b>

Come per giornali e tg, anche per i contenuti informativi su Facebook l'analisi ha indagato la presenza o meno dell'attribuzione climatica, cioè della presenza nel testo di un riferimento esplicito al collegamento tra il caldo estremo e la crisi climatica, per trovare che su 136 contenuti solo 18 attribuiscono l'innalzamento delle temperature al riscaldamento globale. Tra questi ultimi, solo tre citano l'origine antropica della crisi climatica.



L'analisi ha anche messo in luce una narrativa comune che caratterizza la quasi totalità dei post delle tre testate di orientamento di destra presenti nel campione, *Libero*, *Il Giornale* e *La Verità*. Nei tre quotidiani in questione il tema delle ondate di calore viene trattato pressoché esclusivamente in chiave di scontro politico-ideologico, con toni di scherno che suggeriscono un ridimensionamento dell'allarme, lo collegano a dinamiche di controllo e potere, intrecciando in alcuni post caldo estremo e Covid. Sono presenti, in questi post, alcuni dei filoni narrativi che si ritrovano analizzando poi le ricorrenze argomentative dei commenti critici o sarcastici degli utenti, illustrati qui di seguito.

### Esempi di post critici



### I commenti

Sono i commenti ai post delle testate su Facebook che evidenziano in maniera evidente una diffusa narrazione negazionista o minimizzante. Il caso delle ondate di calore dell'estate 2025 conferma in questo senso le molte ricerche che hanno identificato nei social media il terreno fertile per teorie scettiche in materia di riscaldamento globale.

Analizzando i commenti degli utenti durante le ondate di caldo di fine giugno-inizio luglio 2025 nel campione considerato sono emerse alcune cornici narrative critico-negazioniste ricorrenti qui sotto elencate.

### **Negazionismo/Minimizzazione**

Si nega l'entità del fenomeno attraverso il ricorso alla propria esperienza e percezione individuale (io non percepisco il caldo estremo = non è vero che ci sia), oppure si nega l'eccezionalità dell'evento, attribuendolo a normalità stagionale e cicli naturali. Tra gli argomenti comuni, c'è l'evocazione di estati calde del passato per confutare l'emergere di un trend nuovo.

### **Accuse di catastrofismo**

Si accusano i media di catastrofismo esagerato e di diffondere panico ingiustificato, si contestano titoli e contenuti definendoli allarmistici. I commenti che veicolano questa narrativa minimizzano gli impatti, screditano le informazioni riportate dai media e spesso anche l'autorevolezza dei media stessi, nonché dei politici e degli esperti.

### **Le teorie del complotto 1**

Narrazioni cospirative sul caldo. I commenti espongono teorie del complotto secondo cui le ondate di caldo sarebbero indotte da fantomatiche operazioni di geoingegneria (il *cloud seeding*) o provocate dalle scie chimiche, riprendendo complotti ampiamente confutati.

### **Le teorie del complotto 2**

Si evoca l'esistenza di un piano per cui i mezzi di stampa sarebbero pagati per diffondere false informazioni ed esagerazioni sul clima. L'allarme 'gonfiato' sul cambiamento climatico sarebbe una costruzione dei media motivata da interessi economici e politici legati ai finanziamenti globali e un pretesto utilizzato dalle élite per convogliare fondi pubblici e privati verso progetti "verdi" che avvantaggiano specifici gruppi di potere.

### **Le teorie del complotto 3**

Si sovrappongono crisi climatica e COVID 19 in discorsi complottisti su entrambi i fronti, trattando pandemia, vaccini e riscaldamento globale come parte di un unico disegno globale in cui la bugia climatica si collega e ricorda quella sanitaria vissuta ai tempi del Covid. La retorica di questi post enfatizza il tema 'libertà vs. controllo', dove vaccini, green pass e lockdown si definirebbero come strumento di controllo, tanto quanto l'allarme sulla crisi climatica, dipinto come strumento di manipolazione tramite la diffusione della paura.

### **Attacco alle soluzioni**

Narrativa critica verso le soluzioni di mitigazione del riscaldamento globale (es. politiche di transizione, auto elettrica). Si tratta di messaggi che commentano le notizie sulle ondate di calore spostando il focus sulle climate action, screditandole con tono sarcastico o inserendole, anche in questo caso, nella cornice delle teorie complottiste (ci mentono per farci acquistare l'auto elettrica).

Un elemento trasversale rispetto alle narrative qui sopra elencate è quello dell'uso di toni ironici e sarcastici. Ironia e sarcasmo emergono come strategie comunicative chiave impiegate nei commenti dai negazionisti e dai critici climatici. In un contesto fortemente polarizzato, questi toni sarcastici vengono usati come forma di attacco discorsivo e per denigrare il contenuto dell'informazione in modo derisorio. Accanto alla derisione si osservano anche attacchi diretti e insulti alle testate giornalistiche, tutti elementi che alimentano l'inciviltà del dibattito online sul tema.

Questi meccanismi comunicativi non solo delegittimano le fonti informative presentandole come ridicole o inaffidabili, ma hanno il potenziale di rinforzare l'aggregazione e le convinzioni interne del gruppo dei critici, e possono facilitare la diffusione dei messaggi scettici mascherati da scherzo o satira.

La tabella seguente sintetizza i filoni narrativi identificando esempi tipici tratti dalle fonti analizzate:

<b>Narrativa emergente</b>	<b>Esempi di commenti degli utenti ai post delle testate giornalistiche</b>
<b>Negazionismo/ Minimizzazioni</b>	<p><i>Ma se stamattina in pianura padana c'erano 14 gradi. Da felpa (la Repubblica, 2 luglio)</i></p> <p><i>Fa talmente caldo che la notte se non mi copro congelo. (Il Corriere della Sera, 2 luglio)</i></p> <p><i>Strano in estate.....(La Stampa, 1° luglio)</i></p> <p><i>Dopo un maggio tutt'altro che caldo e piovoso, gli eco fanatici sospirano per il giugno più caldo. Il sole, unica causa per il cambiamento climatico (Il Fatto Quotidiano, 27 giugno)</i></p> <p><i>nel 1982 46 gradi a Messina 43 a Bari finitela. (Il Corriere della Sera, 3 luglio)</i></p>
<b>Accuse di catastrofismo</b>	<p><i>Cominciamo col terrorismo estivo? (Il Fatto Quotidiano, 23 giugno)</i></p> <p><i>Già finita... Allarmisti sconfortati... (Il Sole 24 Ore, 2 luglio)</i></p> <p><i>sono ritornati i fantasiosi allarmismi climatici, storie di fantasia per la Disney. (Libero, 2 luglio)</i></p> <p><i>Terrorismo meteorologico (Il Corriere della Sera, 2 luglio)</i></p>

**Le teorie del complotto 1** *l'unica emergenza climatica è la geoingegneria clandestina di regime. Stop. (La Stampa, 26 giugno)*

*L'apporto antropico al clima globale è insignificante, geoingegneria clandestina a parte(...) (La Repubblica, 1° luglio)*

*basta guardare in alto  (La Repubblica, 28 giugno)*

*Parlateci delle scie che rilasciano gli aerei formando ragnatele x poi sfumando creano e modificano il clima, da troppo caldo a settimane prive di pioggia oh viceversa bombe d'acqua, il contrario caldo torrido, questo clima è controllato e studiato a tavolino la dove può essere modificato a piacimento, ecco la mano di chi vuole veramente far impazzire il clima con la scusa del surriscaldamento climatico (La Repubblica, 26 giugno)*

**Le teorie del complotto 2** *Indotto dai vostri giornalisti finanziati dall'elite globalista per divulgare menzogne (la Repubblica, 2 luglio)*

*copernicus  sono affidabili come il parlamento di Bruxelles  finanziati da loro x propaganda del green (Il Fatto Quotidiano, 29 giugno)*

*(...) il regime vuole far credere che la colpa delle alterazioni climatiche sia di ognuno di noi e dei nostri comportamenti errati per poter procedere all'operazione di annichilimento della natura umana, già in atto da decenni in varie forme con vari metodi. (la Repubblica, 1° luglio)*

**Le teorie del complotto 3** *Forza, resistete, sta per arrivare il vaccino anti caldo (Il Corriere della Sera, 1° luglio)*

*Siamo stati anche il paese che aveva imposto i sieri sperimentali a tutti e avuto i maggiori decessi, li si che bisognerebbe indagare (Domani, 2 luglio)*

*Tutto per tenerci a casa. Sembra l'epoca del Green Pass (la Repubblica, 1° luglio)*

*Dopo il finto virus ora ci provano con queste scemenze (la Repubblica, 2 luglio)*

*Stessa storia del covid!!! Chi è morto per il caldo, come per il covid, aveva altre patologie ...persone che purtroppo, sarebbero morte comunque.....forse d'inverno, primavera o autunno non muore nessuno???? (Il Sole 24 Ore, 1° luglio)*

**Attacco alle soluzioni green** *E basta, abbiamo capito. Ma se compro la Tesla torna il fresco ? 🤔 (Il Sole 24 Ore, 28 giugno)*

*Che palle con sto cambiamento climatico, e se pure fosse non miseri umani non possiamo farci nulla, è una cosa del tutto naturale, avviene da sempre, il mondo ha sempre vissuto ere climatiche, al tempo dei Romani sulle Alpi non vi erano ghiacciai, eppure non avevano le auto endotermiche (Il Corriere della Sera, 1° luglio)*

*Quando vi avranno tolto le auto se non sono di ultima generazione e avrete svenduto le case alle banche se non potrete farle diventare green vedrete che magicamente con le stesse temperature non ci saranno più articoli allarmistici (Il Corriere della Sera, 26 giugno)*

*Eh sì devono piazzà pale eoliche in tutta Europa, ma li mortè loro!! 😡😡 (Il Corriere della Sera, 30 giugno)*

*Scommetto che se SOLO a Milano vietassero le auto a benzina/diesel e tutti comprassero un'auto elettrica le temperature sarebbero già in calo (La Repubblica, 2 luglio)*

*Di indotto c'è il lavaggio del cervello mediatico che state praticando nel tentativo che la gente si precipiti in massa ad acquistare l'auto elettrica.... Ma andate al diavolo!!! (La Repubblica, 2 luglio)*

## Conclusioni

Il modo in cui i media informano sulle ondate di calore può influenzare profondamente la percezione pubblica e, di conseguenza, la volontà di agire, anche politica. Omettere di problematizzare il legame tra questi eventi estremi e l'esistenza di una crisi climatica sistemica, come osservato anche da questa analisi, equivale a trascurare un tassello importante di un quadro più generale, che non si dovrebbe ridurre nella cronaca del singolo evento eccezionale e sporadico. L'analisi ha poi osservato, accanto alla generale mancanza di attribuzione climatica nel racconto del caldo estremo, la sostanziale assenza di un discorso sulle responsabilità e di un focus sulle soluzioni di mitigazione. Un'informazione responsabile e completa dovrebbe invece mettere in evidenza l'urgenza di misure di mitigazione – come la transizione energetica e la riduzione dell'utilizzo dei combustibili fossili – e raccontare come le decisioni collettive di oggi influenzeranno la vivibilità del pianeta in futuro.

Inoltre, l'analisi dei commenti Facebook ai contenuti pubblicati dai quotidiani sulle ondate di calore rivela come i social media si configurino come uno spazio privilegiato per la diffusione di narrative negazioniste e complottiste legate alla crisi climatica, anche in contesti informativi teoricamente autorevoli e moderati. Il fatto che queste reazioni emergano con insistenza anche in relazione a post di testate che non hanno un particolare orientamento politico o di negazione della crisi climatica suggerisce che tali narrazioni siano parte integrante del discorso pubblico online. Esse rispondono a logiche diverse da quelle dell'informazione: logiche identitarie e spesso antagoniste, che sfuggono ai tradizionali canoni del dibattito razionale e si radicano in comunità digitali autoreferenziali.

Alla luce di ciò, diventa urgente interrogarsi non solo sul ruolo delle testate giornalistiche nel contrastare o disinnescare la disinformazione climatica, ma anche sulla necessità di strategie più ampie di alfabetizzazione digitale, che aiutino i cittadini a riconoscere le dinamiche della disinformazione e a sviluppare un pensiero critico di fronte alle retoriche complottiste. In un ecosistema comunicativo sempre più frammentato e polarizzato, comprendere le forme, i linguaggi e le motivazioni che alimentano il negazionismo climatico sui social media è un passo fondamentale per ricostruire un dialogo pubblico più solido, informato e orientato alla responsabilità collettiva di fronte alla crisi ambientale globale.