

La fiducia nei pop talk e programmi di satira politica

Quanta fiducia nutre nei confronti dei seguenti programmi di informazione televisiva? (valori % di quanti hanno risposto molta o abbastanza fiducia; in rosso la % di persone che non si esprimono o che non conoscono il programma)

Striscia la notizia	61,8	8,4
Che tempo che fa	58,7	14,0
Le Iene	53,2	16,3
Le invasioni barbariche	38,1	32,5
Parla con me	29,4	39,0

La fiducia nei programmi di approfondimento e inchiesta

Quanta fiducia nutre nei confronti dei seguenti programmi di informazione televisiva (valori % di quanti hanno risposto molta o abbastanza fiducia; in rosso la % di persone che non si esprimono o che non conoscono il programma)

Ballarò	53,2	16,5
Report	48,4	24,6
Anno zero	46,8	12,8
Matrix	43,7	21,8
Porta a porta	40,0	10,4
Otto e mezzo	35,6	32,5
L'infedele	32,6	30,5
In 1/2 ora	30,5	32,1
Omnibus	24,7	44,4
L'ultima parola	11,0	57,3
Scusi lei è favorevole o contrario?	8,2	70,2

La fiducia nei Tg

In particolare quanta fiducia ha nei seguenti notiziari? (valori % di chi esprime molta o abbastanza fiducia; in rosso la % di persone che non si esprimono)

	2010	2009	2007	differenza 2010-2007
Tg3 regionale	72,1 (4,8)	72,8	71,5	+0,6
Tg3 di Rai3	63,4 (4,5)	63,8	63,4	0,0
Tg2 di Rai2	53,4 (4,3)	62,4	62,6	-9,2
Tg1 di Rai1	53,2 (3,0)	63,6	69,0	-15,8
Tg5 di Canale 5	48,6 (3,6)	56,7	59,3	-10,7
Tg di La7	45,8 (16,9)	42,9	34,3	+11,5
Radio Rai	44,4 (17,7)	45,9	43,8	+0,6
Rai News24	36,8 (27,8)	32,6	19,2	+17,6
Studio Aperto di Italia1	36,7 (9,1)	45,0	39,8	-3,1
Sky Tg24	35,0 (33,1)	27,1	21,3	+13,7
Tg4 di Rete4	23,6 (6,3)	28,5	26,9	-3,3

Le fonti di informazione

Per tenersi informato con che frequenza utilizza... (valori %)

	2010				2009	2007
	Mai meno di una volta al mese	Qualche volta al mese	Qualche volta alla settimana	Tutti i giorni	Tutti i giorni	Tutti i giorni
...la televisione (Mediaset, Rai, La7)	4,4	1,8	10,8	82,9	86,7	87,0
...la radio	30,7	8,7	17,2	43,4	40,5	41,1
...internet	43,1	4,3	14,2	38,5	38,2	24,8
...i quotidiani	23,5	13,0	29,6	33,9	33,1	30,2
...i settimanali	46,5	22,5	24,7	5,9	7,4	6,4

Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2010 (base: 1310 c)

Mappe

Indagine Demos-Coop

(segue dalla prima pagina)

L'INDAGINE annuale sugli "italiani e l'informazione", condotta dall'Osservatorio Demos-Coop, d'altronde, offre una raffigurazione perfino "spettacolare" di questo Paese sospeso tra realtà e rappresentazione.

Ne isoliamo gli aspetti, a nostro avviso, più significativi.

1. Il primo riguarda, non a caso, il ruolo (ancora) dominante della televisione. Oltre 8 italiani su 10 continuano, infatti, a informarsi quotidianamente in tivù, attraverso i canali nazionali. È stabile, rispetto all'anno scorso, la quota di persone — una su tre — che ricorre regolarmente ai quotidiani. Lo stesso discorso vale per internet. Mentre gli ascoltatori assidui della radio non solo tengono, ma crescono perfino un poco (43%: tre punti in più). Dunque, si profila uno scenario stabile. Nell'insieme, però. Perché all'interno si colgono cambiamenti molto significativi.

2. La variazione più evidente rispetto allo scorso anno coincide

Tg1 e Tg5, fiducia a picco ma la fame di tv-verità spinge Ballarò e Annozero
Gli italiani e l'informazione nel regno MediaRai

ILVO DIAMANTI

amente. Il posizionamento politico penalizza, inoltre e non a caso, soprattutto il Tg 1, la cui identità, presso il pubblico, appare sensibilmente cambiata. Era al centro, anzi: il Centro. Un Tg ecumenico. Oggi, invece, ap-

Anche Otto e mezzo e L'infedele guadagnano punti nella classifica dell'affidabilità

pare sempre più spostato verso destra. Visto che ottiene il massimo della fiducia tra gli elettori del Pdl e della Lega. Il "nuovo centro", invece, appare Sky Tg 24. Anche se occupa uno spazio più ridotto. Come quello politi-

co, d'altronde.

3. Al contrario dei notiziari, i programmi di dibattito e approfondimento politico e sociale non sembrano soffrire. Ballarò si conferma la trasmissione più affidabile per gli italiani. Ma Anno Zero, di Michele Santoro, nell'ultimo anno, ha visto crescere molto il gradimento del pubblico. Come, d'altronde, Report di Milena Gabanelli. Trasmissioni apprezzate soprattutto dal pubblico di centrosinistra, rivelano il paradosso di questo Paese, schifato dalla politica, che, tuttavia, sente bisogno di politica. E si rivolge, per questo, alla televisione. Non a caso, cresce il gradimento dei due programmi de La 7: Otto e mezzo, condotto da Lilli Gruber (6 punti in più nell'ultimo anno, addirittura 11 negli ultimi tre) e L'infedele di Gad Lerner (anch'esso 6 punti in più nel-

Il 55% degli italiani pensa che il peso di Berlusconi sul sistema dei media danneggi la libertà

l'ultimo anno). Contribuiscono al successo della rete, dettato, soprattutto, dal ruolo attribuito all'informazione. Porta a Porta e Matrix vedono scendere, di poco, la fiducia nei loro confronti. Forse perché si tratta di programmi spostati, sempre più, in direzione dell'infotainment.

Un terreno battuto, in modo esplicito, da altre trasmissioni, che, anzi, antepongono l'intrattenimento e, talora, la satira.



Nell'indagine Demos-Coop sale il gradimento dei Tg Sky, La7 e Rai news

de con il sensibile calo di fiducia subito dai maggiori telegiornali di Rai e Mediaset. Ormai condividono lo stesso destino, come una sola, unica impresa: MediaRai. La fiducia verso il Tg 1 si attesta al 53%. Cioè, 10 punti meno di un anno fa, ma addirittura 16 rispetto al 2007. Il Tg 5 considerato "affidabile" dal 49% degli italiani: 8 in meno dell'anno scorso. Anche gli altri telegiornali di MediaRai calano. Ad eccezione del Tg 3, che mantiene un consenso molto elevato (63%) e, ancor più, dei Tg regionali Rai. I più apprezzati.

Cresce, invece, il gradimento verso i Tg de La 7 (ora diretto da Mentana), Sky e Rai news 24 (quest'ultima, presumibilmente, trainata dal Tg 3, che spesso ne diffonde le edizioni). Il che spiega, in parte, l'andamento deludente dei principali notiziari di MediaRai, confermato anche sul piano degli ascolti Auditel. La concorrenza è favorita anche da altri fattori. Sky e La 7, in particolare, sono ritenuti, non a torto, meno condizionati politi-

www.cafonlus.org

CON UN SMS RESTITUISCI IL SORRISO AD UN BAMBINO MALTRATTATO.

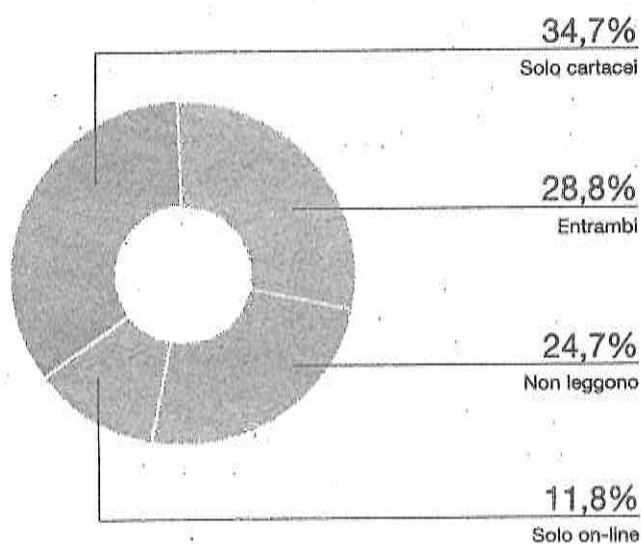
Sostieni Cafe e i suoi progetti in aiuto dei minori vittime di abusi con una donazione.

Manda un sms o chiama da rete fissa Telecom Italia dall'11 al 31 ottobre per donare 2€ al

45502

CAF CENTRO DI AIUTO AL BAMBINO MALTRATTATO E ALLA FAMIGLIA IN CRISI

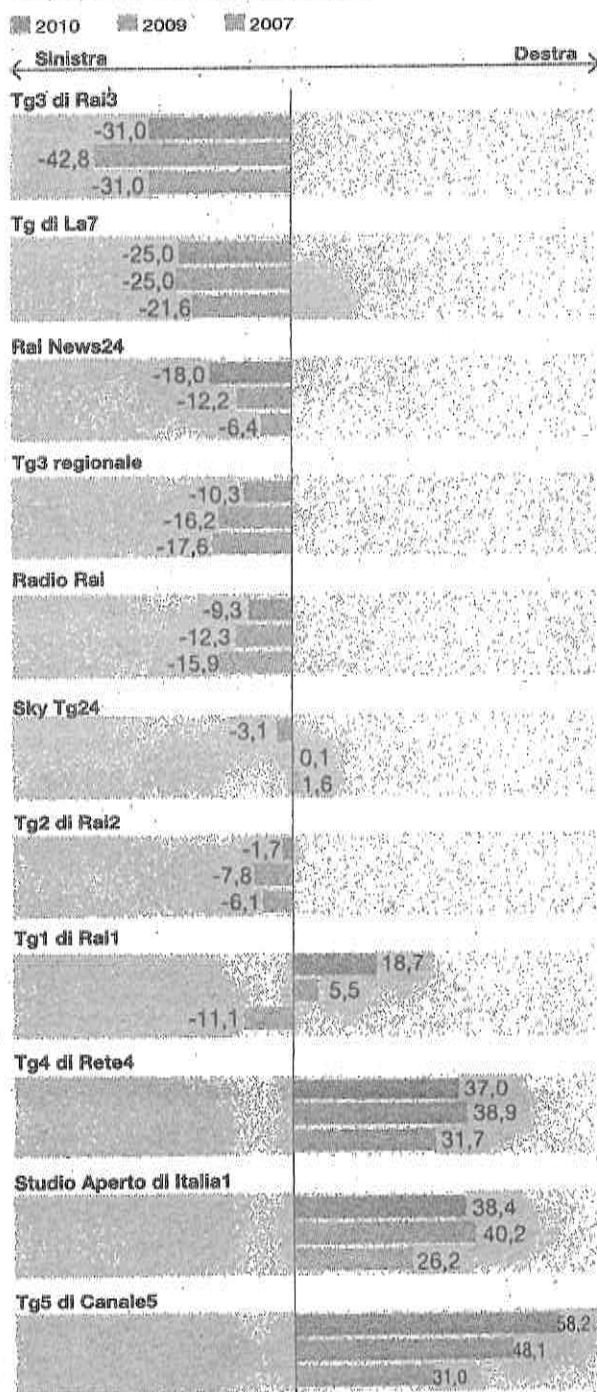
I lettori dei quotidiani on-line e su carta*
(Valori %)



*La tipologia è costruita incrociando le seguenti variabili:
a) l'utilizzo di Internet per leggere quotidiani online (sì / no)
b) la lettura dei quotidiani cartacei (tutti i giorni, qualche volta la settimana / qualche volta al mese, meno di una volta al mese, mai)

Il colore politico del Tg: (evoluzione 2007-2009-2010)

Differenza tra la fiducia espressa nei confronti di ciascun Tg tra gli elettori di Pdl-Lega Nord e Pd-Idv



NOTA METODOLOGICA
L'Osservatorio sul capitale sociale è realizzato da Demos & Pi in collaborazione con-Coop (Ass. Naz. le cooperative di consumatori) e la partecipazione del LaPolis - Univ. di Urbino per la parte metodologica e di Medialab - Vicenza per quella organizzativa. Il sondaggio è stato condotto da Demetra (sistema CATI) nel periodo 18-22 ottobre 2010. Il campione intervistato (N=1310) è rappresentativo della popolazione italiana con 15 anni e oltre per genere, età, titolo di studio e zona geopolitica di residenza. Documento completo su www.sondaggipoliticoelettorali.it

Prevale la categoria di chi si informa su carta e su internet

Nel pianeta dei lettori il 12% è solo online e uno su tre è "misto"

LUIGI CECCARINI

INTERNET si presta a molti usi, tra cui la lettura dei quotidiani, online. Coinvolge circa due utenti su tre. Il 40% dei cittadini considerati complessivamente. Lo stile di lettura non è però uguale per tutti. Si legge con maggiore o minore frequenza. Si combina con i giornali cartacei oppure ci si affida solo alla rete. L'osservatorio sul "capitale sociale" degli italiani Demos-Coop ci permette di approfondire questo tema e di tracciare il profilo dei lettori dei quotidiani, online e offline. Si possono individuare quattro tipi: il 12% legge solo i quotidiani online; il 35% solo quelli cartacei; il 29%, invece, si informa sia sui siti dei quotidiani sia attraverso la copia tradizionale. Infine, un cittadino su quattro non legge né online né offline. Il profilo è per certi aspetti scontato, ma interessante. In generale leggono di più gli uomini, in particolare con un elevato grado di istruzione. I giovani, compresi i giovanissimi, si distinguono per leggere online. Studenti ma anche operai. I soggetti più anziani preferiscono il quotidiano acquistato all'edicola. Chi invece combina vecchie e nuove modalità dell'informazione ha un'età e anche un grado di istruzione più elevati di quanti preferiscono solo navigare nelle pagine, anziché sfogliarle. Rispetto alla media, questo gruppo comprende più impiegati e funzionari. I cittadini che ricorrono ad

entrambi i canali dei quotidiani si distinguono anche per l'orientamento politico. Più della metà si dice interessato alla politica (rispetto al 36% della media). Il 41% si definisce di sinistra o centrosinistra, circa 10 punti percentuali in più degli altri lettori. Al pari di quanti leggono solo online seguono meno la televisione, e ritengono — in sei casi su dieci — che la rete sia il luogo dove l'informazione è più libera e indipendente. Informarsi via internet si lega alla mobilitazione online (e anche offline). Chi si informa in rete ha partecipato di più a campagne via in-

Aggiornarsi sul web si accompagna a una maggiore disponibilità alla mobilitazione

ternet, firmando petizioni, ma anche a concrete manifestazioni di protesta sul territorio. Invece la partecipazione ad iniziative politiche e di partito coinvolge di più quanti, oltre al web, si informano con il quotidiano tradizionale. Infatti se il 29% degli italiani afferma di discutere di politica su internet, il dato raddoppia tra chi legge anche, e non solo, usando il mouse. L'intreccio tra informazione "reale" e informazione "virtuale" sembra dunque innescare un circolo virtuoso per la partecipazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

tecnologie della comunicazione. Internet, i Social Network, Twitter e Facebook, Skype. D'altra parte, il 40% degli italiani — soprattutto giovani e istruiti — è, ormai, connesso quotidianamente in rete. Dove si informa, chatta, compra, vende, partecipa, "si mostra". È la comunità in Rete, che forza i confini della società ridotta a una platea di spettatori.

6. Eppure, mentre si assiste all'avvento dei nuovi media, il sondaggio dell'Osservatorio Demos-Coop sottolinea l'importanza dei media "tradizionali". Magari "innovati" e ibridati dalle nuove tecnologie, come avviene per i quotidiani online. Il che riproduce — e ripropone — l'immagine dell'Italia come un Paese, anzi: un "paese" raccolto davanti alla tivù. Dove si mette in scena lo spettacolo della vita, del dolore e del divertimento, della politica e della compassione. A cui tutti, o quasi, vorrebbero — e cercano di — partecipare. Se non da protagonisti, almeno da comparse. Di cui tutti si sentono parte.

Per questo anche noi, come il 55% degli italiani, riteniamo che la posizione dominante di Berlusconi sui media danneggi la libertà di informazione. E, come il 62% degli intervistati, pensiamo che condizioni la vita politica nazionale. Tuttavia, siamo convinti che non basteranno leggi e regole nuove a ridimensionare l'influenza del Cavaliere. Perché viviamo in un paese mediale plasmato da lui. Pensiamo di assistere alla vita in diretta. E invece viviamo una vita indiretta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Scazzi, in particolare, i confini sono invisibili. Lascena, ormai, è unica. Confusa. Affollata da personaggi numerosi e indistinti. I familiari e i congiunti della vittima, insieme a quelli dei presunti assassini e complici. Insieme ai conduttori e ai sedicenti opinionisti dei programmi del pomeriggio e della seconda serata. Poi i giornalisti. Gli inviati ad Avetrana. Embedded. Parte della stessa rappresentazione. Certo: i pro-

grammi del pomeriggio hanno un pubblico ben definito. Donne, casalinghe, anziane e pensionate. Quelli che passano più di 4 ore davanti alla tivù ogni giorno. Ma abbiamo l'impressione che Avetrana sia divenuta teatro di uno spettacolo su cui tutti gettano lo sguardo, con attenzione diversa e intermittente.

5. L'importanza della tivù non deve fare dimenticare le trasformazioni prodotte dalle nuove