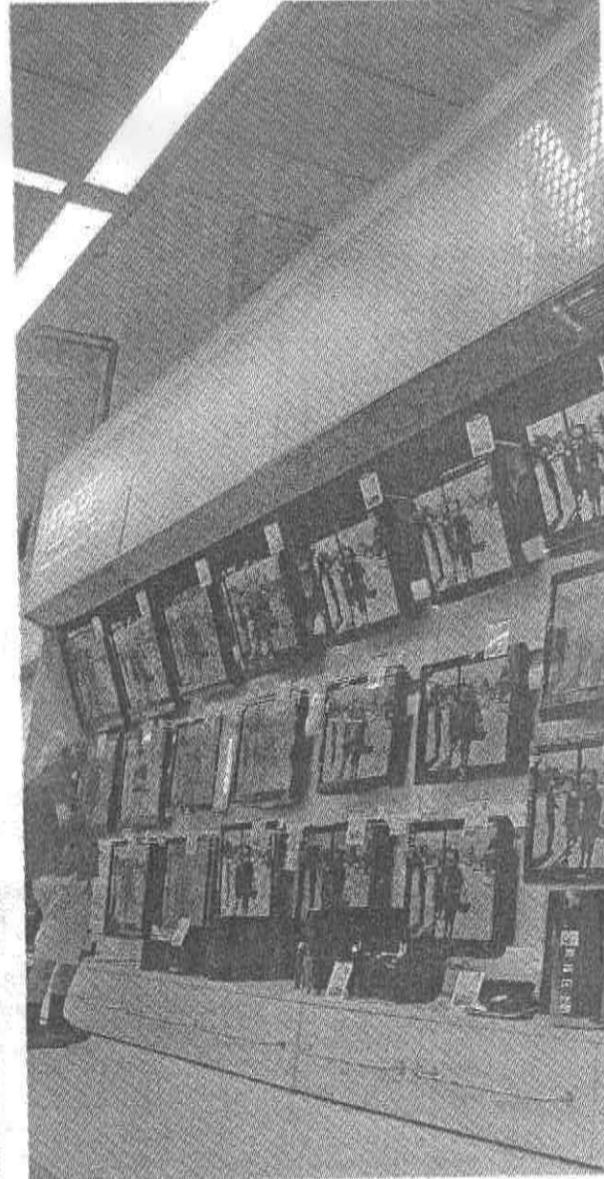


La tv fa il pieno di sfiducia fuga degli italiani da talk e tg anche la satira non diverte più

Indagine Demos-Coop: il Paese deluso si rifugia nei social network



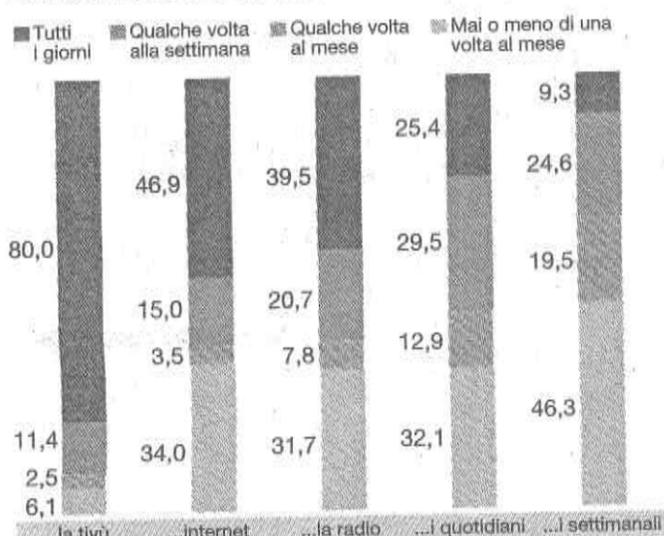
ILVO DIAMANTI
(segue dalla prima pagina)

SEI anni fa, coloro che utilizzavano Internet erano poco più della metà (25%), mentre il seguito della tv era più elevato di 7 punti. Si tratta di una tendenza chiara, precisata dalla tenuta della radio (circa il 40%) e dalla riduzione significativa dei giornali. Oggi, sostanzialmente sullo stesso livello di un anno fa (25%), ma in calo di 5 punti rispetto al 2007. La popolazione italiana, dunque, si serve sempre più e sempre più spesso della Rete, come fonte di informazione diretta, ma anche per accedere ad altri media, in particolare i giornali. Due navigatori di Internet su tre (e quasi metà sulla popolazione intervistata) affermano, infatti, di leggere regolarmente i quotidiani online. Reciprocamente, i giornali (e i notiziari radio-tv) si connettono alla Rete, attraverso edizioni online e digitalizzate. Inoltre, utilizzano i Social Network, in particolare Twitter, come canale diretto con i leader degli opinion maker.

Questa evoluzione è favorita dalla rapida diffusione delle tecnologie di comunicazione. Nell'ultimo anno, non a caso, la quota di coloro che si collegano a Internet mediante i cellulari oppure i tablet è cresciuta sensibilmente. Di 20 punti: dal 37% al 57%.

L'utilizzo dei mezzi di informazione: la frequenza

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



Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Novembre 2013 (base: 1313 casi)

...l'evoluzione

Per tenersi informato con che frequenza utilizza... (valori percentuali di "tutti i giorni" - Serie storica)

	2013	2012	2011	2007
...la tivù	80,0	80,3	83,6	87,0
...internet	46,9	40,4	38,7	24,8
...la radio	39,5	33,9	37,8	41,1
...i quotidiani	25,4	25,3	27,9	30,2

Il colore politico del pubblico dei tg

In particolare, quanta fiducia ha nei seguenti notiziari? (valori percentuali di chi esprime molta o abbastanza fiducia)

Notiziario	Elettori				
	Centro-sinistra	Centro	Centro-destra	M5s	Tutti
Tg3 di Rai3	76,1	67,8	38,1	52,2	56,7
Tg1 di Rai1	55,4	86,7	59,1	37,2	52,4
Tg2 di Rai2	54,9	63,9	55,3	37,2	49,7
Tg di La7	65,5	29,5	32,3	60,6	49,4
Rai News24	57,8	69,7	37,6	51,7	46,0
Tg5 di Canale 5	24,6	32,0	76,4	35,7	42,3
Sky Tg24	37,5	39,5	36,9	51,6	35,5
Radio Rai	38,9	43,7	33,6	35,0	32,6
Studio Aperto (Italia1)	20,7	13,4	54,4	24,3	30,8
Tg4 (Rete4)	14,4	4,5	47,6	15,7	22,4
Tg3 regionale	76,9	56,1	46,3	57,6	61,5

Nota metodologica

L'Osservatorio sul capitale Sociale viene realizzato da Demos & Pi. Il sondaggio è di Demetra (sistema Cat), periodo 25-29 novembre 2013. Il campione è tratto dall'elenco abbonati telefoni fissi (15 anni e oltre). Dati ponderati sul titolo di studio

La fiducia nei programmi di approfondimento e inchiesta

Quanta fiducia nutre nei confronti dei seguenti programmi di informazione televisiva (valori percentuali di chi esprime molta o abbastanza fiducia; tra parentesi la percentuale di persone che non si esprime o non conosce il programma)

Programma	2013	2012
Report	49,2	(27,3)
Ballarò	49,2	(17,8)
Servizio pubblico	36,7	(25,0)
Otto e mezzo	34,1	(33,7)
Porta a porta	31,4	(15,8)
Matrix	31,3	(27,5)
Quinta colonna	31,1	(30,0)
Piazza pulita	29,4	(38,6)
In mezz'ora	27,1	(33,0)
L'intervista	23,2	(53,8)
Virus il contagio delle idee	18,5	(47,5)

credibilità, rispetto al 2007, ma, per la prima volta dopo tanti anni, arretra, seppur di poco, rispetto al 2012. Gli unici tg che registrano una crescita costante, anche nell'ultimo anno, sono quelli sulle reti all news. Rai News24 e Sky Tg24. Insomma, l'informazione tivù ha perduto e sta perdendo credito, in misura diversa, un po' dovunque. La stessa tendenza coinvolge i programmi di approfondimento e i talk legati all'attualità politica e sociale. Molti, fra i più conosciuti e considerati, fino ad oggi, subiscono un brusco calo di fiducia. Ballarò, Servizio Pubblico, Otto e mezzo, In mezz'ora: perdono tutti intorno ai 4-5 punti, nella valutazione degli italiani (intervistati). Solo Report, un programma di inchiesta, e Piazza Pulita, un talk di battaglia, fanno registrare una crescita di consensi significativa. Così, Ballarò si con-

ferma primo, nella graduatoria della fiducia. Ma, per la prima volta, da quando viene condotta l'indagine di Demos-Coop, il talk condotto da Giovanni Floris condivide il primato. Con Report, appunto. Il programma di Milena Gabanelli.

Perfino i talk satirici e l'infotainment suscitano minore confidenza. Il grado di fiducia verso Striscia la Notizia, in particolare, nell'ultimo anno, è sceso di 5 punti e di 2 quello verso Che tempo che fa, il talk condotto da Fabio Fazio. Mentre le Iene tengono. E Crozza contribuisce agli ascolti di Ballarò. Così, i programmi pop-talk e di satira politica si allineano, tutti, intorno al 50% di gradimento. Nessuno svetta sugli altri.

È come se, in tivù, l'informazione, l'approfondimento, la stessa satira, suscitassero interesse, ma anche stanchezza. E un po' di fastidio. Probabil-

mente perché la crisi, economica e politica, è difficile per tutti. Sentirne parlare non conforta. Produce, anzi, un senso di malessere che ha contaminato, in qualche misura, anche i media.

D'altronde, gran parte della popolazione sceglie i tg e i programmi di informazione in base alle proprie preferenze politiche. Il pubblico di centrosinistra dimostra fiducia per il Tg3 e il Tg di La7. Il quale risulta, in assoluto, il più apprezzato dagli elettori del M5S. D'altra parte, il Tg di Mentana è quello che ha riservato maggiore spazio e attenzione a Grillo e al M5S, ben prima del voto di febbraio. Gli elettori di centrodestra, invece, guardano con fiducia i tg delle reti Mediaset. E gli elettori di centro si fidano soprattutto del Tg1 e di Rai News 24. Come in passato, dunque, gli italiani, nella tv, cercano conferma alla loro identità politica.

Da ciò, la crescente sfiducia verso l'informazione televisiva. Se, infatti, il legame fra orientamento politico e consumo televisivo appare stretto, allora il clima di distacco e di ostilità verso la politica, che si respira nella società, non può non coinvolgere anche la televisione. Principale, quasi unico, "campo di combattimento" della politica italiana. Ma ciò genera un circuito vizioso. Così, paura e sfiducia, nello scambio tra pubblico e televisione, si rafforzano reciprocamente. È l'Italia del disgusto politico e dei forconi. Prima che sia troppo tardi, qualcuno dovrebbe interrompere questo inseguimento senza fine. Ma è difficile che ciò avvenga per iniziativa del pubblico. Della società. E ho il sospetto che neppure i media, in particolare la tivù, siano disposti a cambiare una programmazione. Che garantisca ancora ascolti, anch'esse usurate. Così è probabile che lo "spettacolo" continui. Con gli stessi format. Con gli stessi effetti sul "pubblico". Tutti insieme: sfiduciati e scontenti. Fino al collasso del clima d'opinione. Che, in effetti, sembra ormai prossimo.