

XVI Osservatorio sul
Capitale Sociale degli Italiani

Gli italiani e l'informazione

Rapporto Novembre 2007



NOTA METODOLOGICA

L'*Osservatorio sul capitale sociale* è realizzato da Demos & Pi in collaborazione con Coop (Ass. Naz.le cooperative di consumatori). L'indagine è curata da Ilvo Diamanti, Luigi Ceccarini e Fabio Bordignon con la collaborazione di Natascia Porcellato e Ludovico Gardani per la parte metodologica (LaPolis, Univ. di Urbino), Filippo Nani (Medialab, Vicenza) per quella organizzativa.

Il sondaggio è stato condotto dalla società Demetra di Venezia (sistema CATI, supervisione Claudio Zilio) nel periodo 12-17 novembre 2007. Il campione intervistato (N=1315) è rappresentativo della popolazione italiana con oltre 15 anni per genere, età, titolo di studio e zona geopolitica di residenza.

Indagine apparsa su La Repubblica, 26 novembre 2007.

Documento completo su www.agcom.it

IN QUEL TEATRINO SI DECIDE IL VOTO

di Ilvo Diamanti

Da quando Silvio Berlusconi ha annunciato la sua "discesa in campo", quattordici anni fa, la televisione è divenuta una "arena politica". Anzi: la principale. Luogo di confronto e soprattutto di scontro. Surrogato della partecipazione. Specchio di una società in cui le ideologie sono scivolte via, trasparenti come l'acqua. Quattordici anni, ma sembra essere cambiato poco. Come confermano le polemiche sollevate dalle intercettazioni pubblicate su *Repubblica* nei giorni scorsi. Hanno rivelato l'esistenza di un fitto dialogo fra dirigenti e giornalisti Rai e Mediaset, negli anni del governo Berlusconi. Allo scopo, esplicito, di proporre una "visione" uniforme della politica. E della realtà. Anche i dati dell'Osservatorio di Demos-coop, dedicato al rapporto fra cittadini, media e politica, confermano l'importanza della televisione. Certo, negli ultimi anni, altri "canali" hanno assunto una importanza crescente, come fonti di informazione. Le reti satellitari e internet. A cui si rivolge, con regolarità, una quota molto ampia di persone (fra 30% e 40%). Tuttavia, il rilievo dei media "tradizionali" resta dominante. Visto che il 61% degli italiani, per informarsi, ascolta regolarmente la radio, il 63% legge i giornali e addirittura il 94% si rivolge alla televisione. La totalità, quindi. C'è poi un aspetto ulteriore che rende centrale "l'arena televisiva". La composizione del suo "pubblico". Perché i lettori abituali dei giornali, ma soprattutto gli utenti delle reti satellitari e di Internet, sono più competenti e istruiti rispetto alla media. Mentre la televisione raggiunge tutti. Compresi i settori più disincantati. Gli elettori apatici, mobili, incerti. Quelli che decidono se e per chi votare solo alla fine. Le ultime settimane, gli ultimi giorni prima del voto. Talora: il giorno stesso. È per questo che la tivù è "ancora" così importante, politicamente. Non solamente in periodo elettorale. Sempre. Perché, ormai, viviamo in tempi di campagna elettorale permanente. I governi e i leader politici sono sottoposti a valutazione continua. I sondaggi incombono. E valgono quasi quanto le elezioni. Anche perché, dall'aprile del 2006, il voto è sempre lì, alla porta. Il centrosinistra, diviso. Fragile, al Senato. Berlusconi, a cercare la "spallata", per far cadere il governo e andare a nuove elezioni. Così, la tivù ha non solo mantenuto, ma perfino accentuato il suo ruolo. Resta, infatti, di gran lunga, il mezzo di informazione

più utilizzato. E se gran parte dei cittadini "diffida" della televisione, tuttavia, "si fida" dei programmi e dei notiziari televisivi. Il 72% degli italiani ha fiducia nei TGR, il 69% nel Tg1; quindi, in ordine, vengono Tg3, Tg2 e Tg5: tutti intorno al 60%. Gli altri Tg ottengono un gradimento più limitato per effetto - talora determinante - del minor grado di "copertura" delle reti da cui vengono trasmessi. Come La7 e i canali satellitari. Grande consenso, infine, è attribuito ai programmi che incrociano informazione, denuncia e satira (anti)politica. I contro-Tg, come "Striscia la notizia" e "Le Iene". Gli italiani, quindi, diffidano della televisione, ma hanno fiducia nei Tg (e nei "contro-Tg"). Anche perché vengono usati, anch'essi, come riferimenti politici. Etichette, marchi, in base a cui confermare e rafforzare la propria posizione, i propri orientamenti. D'altronde, l'identificazione con Berlusconi fa di Mediaset una sorta di "bandiera" dell'appartenenza a Fi e, per estensione, al centrodestra. Destra e sinistra, più che la distinzione fra mercato e Stato, richiamano, da tempo, in Italia, l'alternativa fra Mediaset e tivù di Stato. Nonostante le "relazioni pericolose" fra giornalisti e dirigenti dei due gruppi, rivelate dalle intercettazioni pubblicate da Repubblica. Per cui, come mostra l'indagine Demos-coop, tutti i Tg di Mediaset raccolgono maggior fiducia fra gli elettori di centrodestra. Più di tutti il Tg5. Perché il più autorevole del gruppo. Tutti gli altri notiziari, non solo quelli della Rai, riscuotono, invece, maggior credito fra gli elettori di centrosinistra. Anzitutto il Tg3, effettivamente guidato, per tradizione, da un direttore di sinistra. Ma lo stesso Tg1, per definizione il più istituzionale, gode di maggiori consensi a centrosinistra. Non solo oggi, che ne è direttore Gianni Riotta. Avveniva anche quando a dirigerlo era Clemente Mimun. Di certo non ostile al precedente governo di centrodestra. Perfino il Tg2, la cui direzione, nella seconda Repubblica, spetta alla destra, viene considerato di "centro", dagli italiani. E, dunque, a sinistra dei notiziari Mediaset. Lo stesso avviene per i programmi di approfondimento e dibattito. In modo più esplicito. Da Porta a Porta a Ballarò; da Otto e mezzo ad Anno Zero; da Report all'Infedele. Ogni trasmissione è "frequentata", dagli italiani, in base alle proprie preferenze politiche. Salotti animati da padroni di casa "amici". Che conducono la serata in modo da renderla interessante. Stimolano discussione. Suscitano la curiosità degli spettatori. E, talora, li coinvolgono, in modo complice. A volte predicatori, altre ancora "vendicatori", perfino "giustizieri". Così le trasmissioni di Gad Lerner, Michele Santoro, Giovanni Floris, Milena Gabanelli sono seguite con fiducia soprattutto dagli elettori di sinistra. Mentre a destra apprezzano Enrico Mentana e soprattutto Bruno Vespa. Se Rai1 piace maggiormente agli elettori di (centro) sinistra, Vespa riscuote la stima soprattutto degli elettori di (centro) destra.

Più di quanto avvenisse qualche anno fa. Per contro, "Otto e mezzo" viene posizionata, dagli italiani, intorno al "centro". Malgrado il conduttore, Giuliano Ferrara, sia apertamente simpatico con il Cavaliere. Un po' perché bilanciato da Ritanna Armeni. Un po' perché sta su "La7", rete esterna al bipolarismo mediatico. Soprattutto perché è autocentrico, ma altrettanto "autonomo". Per quel che può valere il mio giudizio: "il meglio" sul mercato. C'è, dunque, un "mondo mediatico", largamente riassunto dalla televisione, che "rappresenta" la politica e le sue divisioni. Se gran parte degli italiani (il 61%) ritiene che la tivù faccia male alla politica e i politici facciano male a rincorrerla, in effetti avviene esattamente il contrario. Perché i "politici" - grandi, medi, piccoli e piccolissimi - concorrono ad avverare la "superstizione" che vede nella televisione la scena principale, se non l'unica, della "politica come spettacolo". E dello "spettacolo della politica". Per cui cercano, in ogni modo, di divenirne attori. Protagonisti, se possibile; ma anche comprimari o, almeno, comparse. E ciò allarga il solco fra la politica - imprigionata nella "realtà mediale" - e la società - che, invece, vive nella "realtà reale". Naturalmente, se la politica è racchiusa dentro i media; se il bipolarismo politico e quello mediatico coincidono, allora la questione del conflitto di interessi diviene topica. E la posizione dominante di Berlusconi critica. Come pensa gran parte degli italiani. Ma soprattutto quelli a cui non piacciono né il Cavaliere né le sue reti. Il consumo televisivo, invece, abbassa la sensibilità al conflitto di interessi. A coloro che trascorrono più di 4 ore al giorno davanti alla tivù, la proprietà della televisione, il controllo sull'informazione e sui palinsesti risultano meno preoccupanti. Perché la televisione tende a diventare, per loro, la normalità. La verità. Il paesaggio nel quale ci si muove. Pensare di modificarlo, intervenendo sulle origini, diviene una questione teologica, più che politica. Perché la "superstizione mediatica" coincide con la realtà. Anche se (in parte) è una "finzione". In cui tutti fingono di riconoscersi. Voi (noi) davanti allo schermo. Non più cittadini, ma spettatori. Pronti a tifare. Ora coinvolti, ora incazzati. Galvanizzati dal giornalista preferito. Informati dal Tg "di riferimento". Sorridete: siete su "Scherzi a parte".

GLI ITALIANI E L'INFORMAZIONE

di Fabio Bordignon e Luigi Ceccarini

La televisione: in cima alla classifica del "pubblico"; in coda a quella della credibilità. E' il principale strumento di informazione per i cittadini: la vedono tutti, tutti i giorni. Ma, in quanto ad attendibilità, è superata da vecchie e nuove fonti: da internet, ma anche dai giornali e, soprattutto, dalla radio. Vuoi per le polemiche (politiche) che in modo ricorrente la investono. Vuoi per la politica, che arriva a colorare programmi di approfondimento e conduttori. Vuoi per il conflitto di interessi, questione ancora scottante, agli occhi del cittadino-spettatore. Lo confermano i dati del 16° Osservatorio Demos-Coop sul Capitale sociale, che in questa edizione si concentra sul rapporto tra informazione e società.

La televisione (94%), i quotidiani (63%) e la radio (61%) rappresentano mezzi "tradizionali" e, ancora oggi, ampiamente utilizzati per informarsi. In particolare, quasi la totalità della popolazione apprende le notizie dallo schermo televisivo. Ma anche i *nuovi media*, come la tv digitale (29%) o internet (39%) sono un'esperienza quotidiana per una parte considerevole di cittadini. Del resto, l'istantaneità dell'informazione è oramai un tratto che segna il modo di comunicare. In questo scenario, sembra resistere il quotidiano: sei persone su dieci affermano di consultarlo almeno qualche volta alla settimana.

L'indagine Demos-Coop fa osservare, inoltre, come la radio (60%), cui va il primato della credibilità, ma anche Internet (36%) e i quotidiani (38%) siano ritenuti più affidabili della televisione (30%). Il classico «l'ha detto la Tv» sembra assumere un diverso significato. Tanto più per i giovani, fra i quali la fiducia verso la radio, internet e i quotidiani è più elevata rispetto a quanto si osserva fra adulti e anziani.

Ma il Tele-giornale resta, ad oggi, la principale sorgente informativa, e alle testate maggiori va comunque un gradimento piuttosto esteso. A suscitare la fiducia dei telespettatori è innanzitutto il Tg3 regionale, che con il 72% dei consensi conferma l'attenzione per l'informazione locale. Seguono, nell'ordine, Tg1 (69%), Tg3 nazionale (63%), Tg2 (63%) e Tg5 (59%). Il grado di fiducia varia, sensibilmente, in relazione all'orientamento politico. Il Tg3 viene apprezzato soprattutto dagli spettatori di sinistra. Mentre i tutti i notiziari di Mediaset (Tg5, Tg4, Studio aperto) si caratterizzano per un profilo di (centro)destra. Tg1 e Tg2, infine, si collocano più vicini al "centro":

leggermente spostato a sinistra, il Tg di Riotta, un po' più verso centro-destra, quello di Mazza. Equidistante dalle due aree ideologiche appare, invece, il profilo dei Tg regionali.

Non sono però solo i Tg a connotarsi politicamente, ma anche i principali programmi di approfondimento (e i rispettivi conduttori): Anno Zero e Ballarò risultano i più apprezzati dall'elettorato di centro-sinistra, mentre Matrix e Porta a Porta hanno maggiore seguito a centro-destra. Nel complesso, i punteggi più elevati vanno alle trasmissioni di Floris (57%) e Mentana (52%). Anche se molti di questi programmi di approfondimento sono superati dalla satira giornalistica: le Iene (50%) e, in particolare, Striscia la notizia, cui va in assoluto l'apprezzamento più convinto (64%). Greggio e Iacchetti, le veline e il gabibbo, ma anche Luca Bizzarri, Paolo Kesisoglu e Ilary Blasi, protagonisti dell'"informazione alternativa", sembrano fare concorrenza ai grandi nomi del giornalismo.

Questa la fotografia dell'informazione televisiva, scattata dal sondaggio alla vigilia dell'ennesimo terremoto sulla Tv scatenato dal caso Rai-Mediaset. Una vicenda che riporta l'attenzione su un tema particolarmente sentito dall'opinione pubblica: il conflitto d'interessi, ritenuto problema grave e "urgente" dal 66% dei cittadini. La proprietà del polo televisivo privato da parte del leader dell'opposizione, Silvio Berlusconi, secondo la metà degli intervistati danneggia la libertà di informazione (52%) e condiziona la politica (55%). Un dato che cresce sensibilmente tra gli elettori del centrosinistra, dove è quasi l'80% a condividere questa opinione.



















