

XXXVI Osservatorio sul  
Capitale Sociale degli Italiani

**FOCUS:**  
**ECCO I CIVES.NET, LA**  
**COMMUNITY POLITICA**

gennaio 2013



**NOTA INFORMATIVA**

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 21 – 24 novembre 2012. Il campione nazionale intervistato è tratto dall'elenco di abbonati alla telefonia fissa (N=1323, rifiuti/sostituzioni: 10.096) ed è rappresentativo della popolazione italiana con 15 anni e oltre per genere, età, titolo di studio e zona geopolitica di residenza. I dati sono stati ponderati in base al titolo di studio (margine di errore 2.7%).

L'indagine è stata diretta, in tutte le sue fasi, da Ilvo Diamanti. Luigi Ceccarini, Martina Di Pierdomenico e Ludovico Gardani hanno curato la parte metodologica, organizzativa e l'analisi dei dati.

Documento completo su [www.agcom.it](http://www.agcom.it)

## NAVIGO, M'INFORMO, DISCUTO DI POLITICA: COSÌ DEMOS RACCONTA I CITTADINI 2.0

*di Luigi Ceccarini e Martina Di Pierdomenico*

Sono cittadini 2.0, intrecciano Internet, informazione e politica. Espressione di una realtà ormai consolidata. Non poteva essere altrimenti. Del resto le statistiche di [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com) ci fanno osservare che oggi sei italiani su dieci utilizzano la rete: quasi 36 milioni. Erano il 23% nel 2000, sono cresciuti intorno al 50% negli anni successivi, fino a superare il 58% in questi ultimi due anni. Un dato considerevole, ma non troppo elevato se confrontato con gli altri paesi europei. Infatti, nell'UE a 27, l'Italia si colloca al 22esimo posto. Le finalità per cui i cittadini usano la Rete sono, comprensibilmente, diverse e variegate. Ma tra questi utilizzi c'è anche quello di tipo civico e politico. I recenti dati dell'Osservatorio Demos-Coop - che ogni anno dedica un'indagine al rapporto tra i cittadini e l'informazione - confermano questo punto.

Cittadini online. Nel 2010 li avevamo definiti *cives.net*: cittadini che "navigano con impegno" perché si informano attraverso i quotidiani online e discutono di politica nei blog o nei social network. Una community, che ha fatto del Web 2.0 un luogo di coinvolgimento civico e politico. Si tratta di una componente non trascurabile, anche dal punto di vista quantitativo; erano circa il 25% dei cittadini nel 2010. Negli ultimi due anni si sono consolidati, crescendo al 29%. Restano invece stabili, intorno al 14-15%, quelli che avevamo definito *infonauti*, quanti cioè si limitano ad informarsi attraverso i quotidiani online, ma non partecipano alle discussioni politiche in Rete. In leggera crescita - dal 12% del 2010 al 15% del 2012 - gli *internauti*, coloro che navigano in rete - per svariate ragioni - senza però informarsi né discutere di politica nel web.

L'uso della Rete. L'85% dei *cives.net* (quasi il doppio della media: 44%) utilizza Internet tutti i giorni. Più degli altri si collegano in mobilità e fuori casa, con gli smartphone e i tablet in particolare. L'uso intenso di Internet non fa riferimento solo al tempo di connessione ma anche alla modalità di utilizzo. Infatti, oltre a farne un uso civico - per informarsi e discutere di politica - sono parte di social network (63%, 11 punti percentuali in più degli *infonauti* e 14 rispetto agli *internauti*). Dunque, i *cives*.

net, più degli altri, usano in modo naturale, competente e quotidiano la Rete. Nella rilevazione del 2010 abbiamo messo in evidenza in modo più articolato questo aspetto, che continua a caratterizzarli.

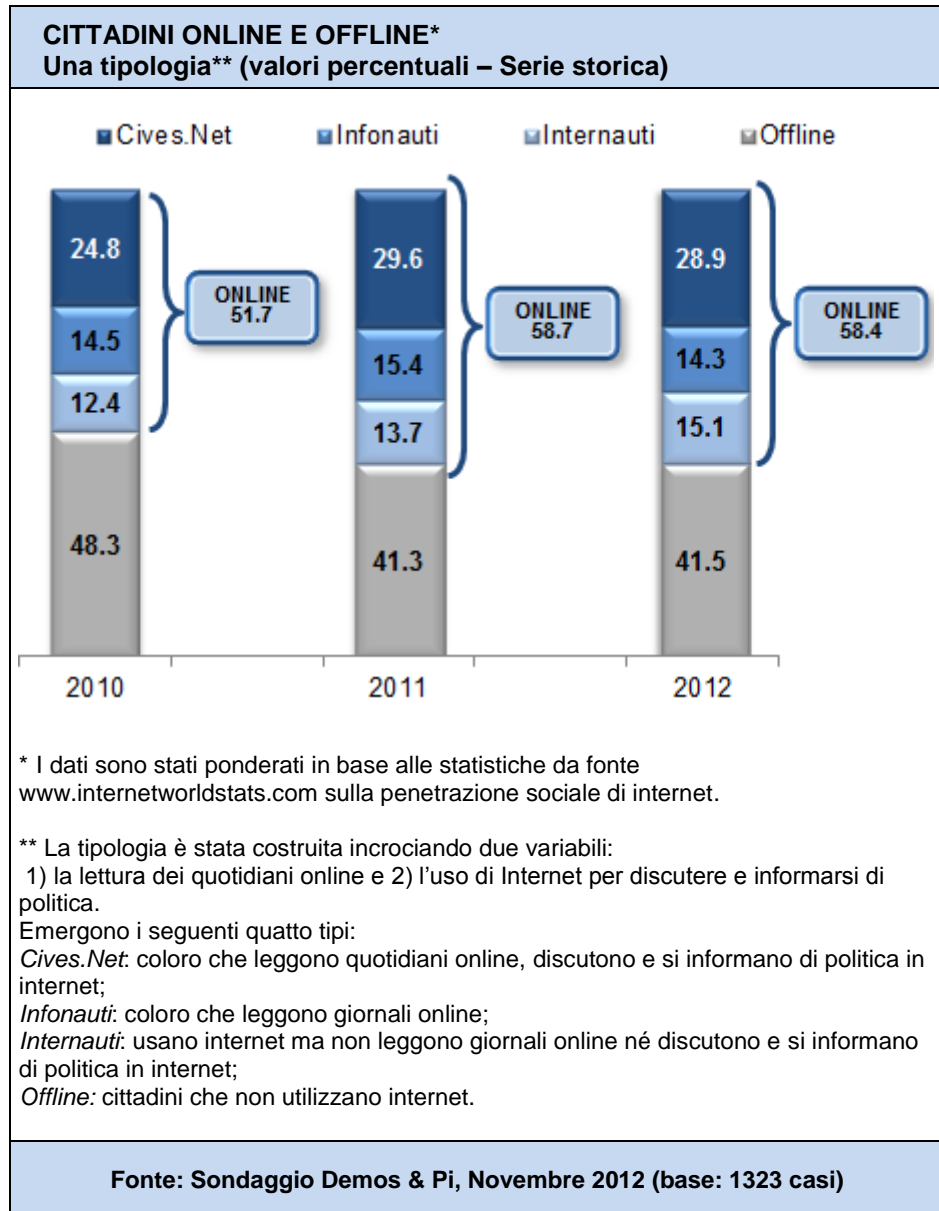
Il rapporto con l'informazione. È interessante osservare le diverse preferenze e valutazione verso i giornali e programmi di approfondimento. Ad esempio, il quotidiano più letto dai cives.net è la Repubblica. Probabilmente ciò avviene anche nella sua versione online. Anche per gli infonauti la Repubblica è il giornale letto con maggiore frequenza. Mentre internauti e cittadini offline preferiscono il Corriere della Sera. Relativamente alle testate giornalistiche televisive - se escludiamo i Tg regionali, che ottengono trasversalmente il massimo del consenso - è il Tg3 quello a cui viene attribuita maggiore credibilità da parte dei cives.net. Vengono poi indicati il TG di la7 e RaiNews24. Per gli infonauti e gli internauti invece è il Tg5 quello segnalato per primo. Il Tg1 viene richiamato anzitutto dai cittadini offline. Relativamente alle trasmissioni di informazione e approfondimento, Ballarò, Che tempo che fa e Report sono i programmi più indicati dai cives.net. Le lene o Striscia la notizia quelli segnalati come i più affidabili dagli altri cittadini.

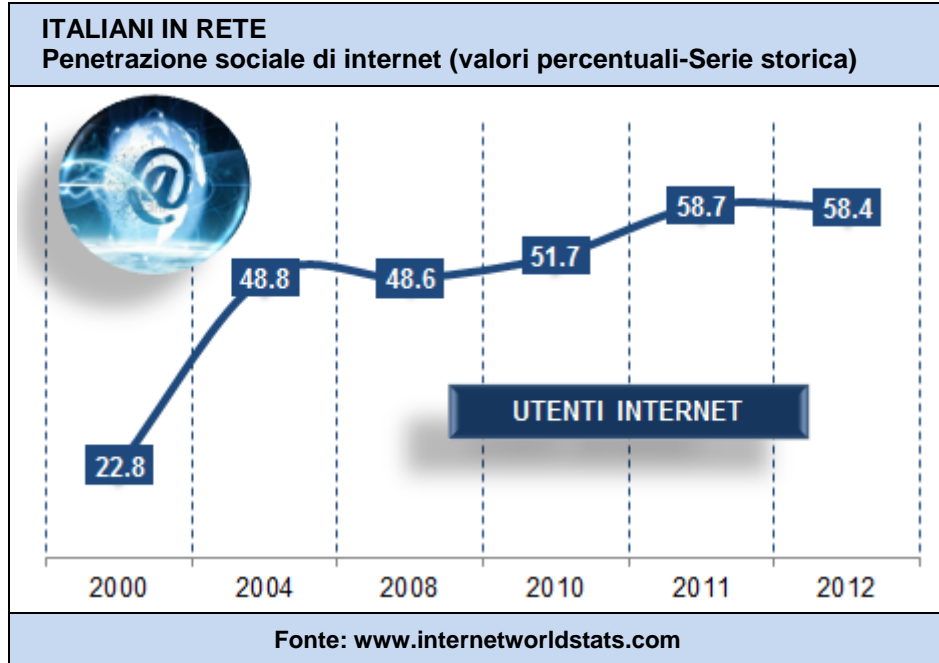
Cultura e partecipazione politica. Dietro a queste valutazioni vi sono "culture politiche" differenti, già messe in evidenza nelle precedenti rilevazioni Demos-Coop, che si confermano anche in quest'ultima indagine. La fiducia istituzionale è più elevata tra i cives.net. Non solo, prevedibilmente, verso l'istituzione Internet (60% vs. 39% della media), ma anche nello Stato (20%) e nei partiti (7%, per quanto bassa). I cives.net sono particolarmente coinvolti e attivi sul piano politico; sia nella sfera privata, e invisibile, che in quella pubblica, e visibile. Sono soggetti particolarmente interessati alla politica, 73% contro il 41% degli infonauti e meno ancora tra gli altri tipi di cittadini. Discutono "spesso" di temi politicamente rilevanti, in famiglia o con gli amici, nel 64% dei casi (vs. il 37% della media). Hanno partecipato a campagne di opinione firmando petizioni, sia online che offline, con particolare frequenza (14% vs. 5% della media). I cives.net sono, praticamente, quelli che postano commenti sui blog di discussione politica (19%) e seguono sui social network - come Facebook (15%) o Twitter (7%) - qualche leader, partito o gruppo politico.

L'orientamento politico. La dimensione ideologica si ripropone, come in passato, in modo definito. Fatto 100 quanti si riconoscono nell'identità di sinistra o centro-sinistra,

42 sono cives.net. Quota che scende a 30 circa tra i cittadini che si definiscono di centro o di centro-destra. E a 25 tra quanti si dicono di destra. Se ci concentriamo sui segmenti elettorali le cose appaiono più articolate. Tra coloro che dichiarano di voler votare il MoVimento di Grillo quasi la metà, 48%, è riconducibile alla categoria dei cives.net. Scendono a poco meno del 40%, invece, tra gli elettori dei partiti dell'area di centro-sinistra. E si dimezzano tra quelli di centro-destra (19%). I cittadini offline crescono invece dal 19% (tra gli elettori del MoVimento 5 Stelle) fino al 55% (tra gli elettori dell'area di centro-destra). Un dato che presenta un andamento parallelo a quello dei cittadini che si informano, quotidianamente, solo attraverso la televisione: 0% tra l'elettorato grillino, 16% tra gli elettori dei partiti dell'area di centro-sinistra, 19% di quelli di centro e 27% di centro-destra.

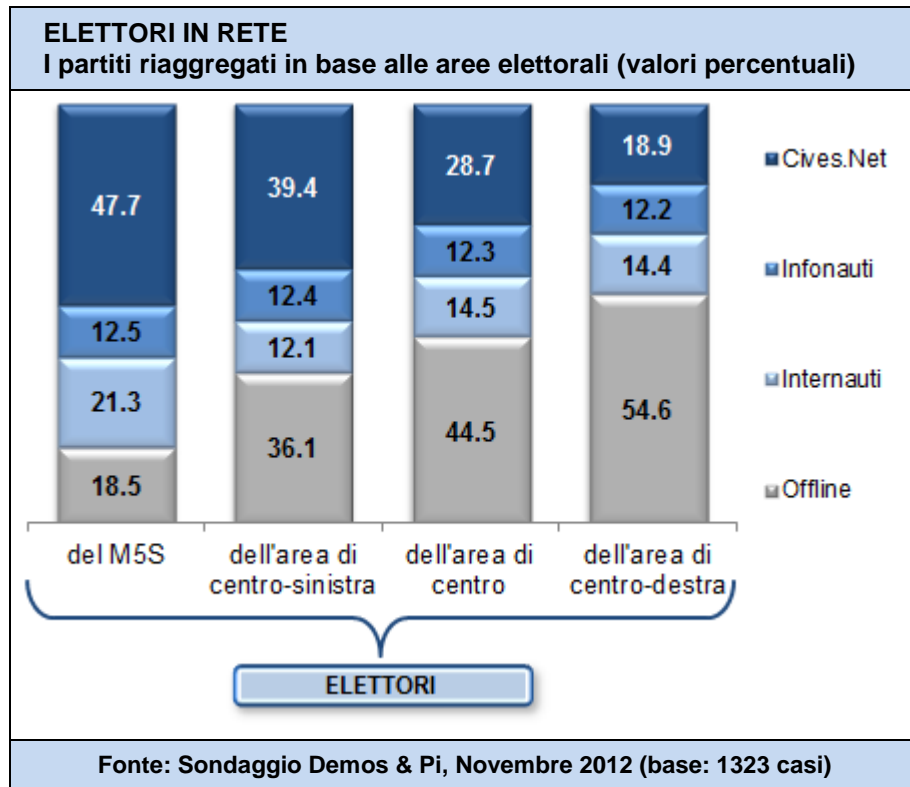
La sfera pubblica online appare ormai inestricabilmente legata a quella offline, che ne costituisce un'estensione. La permeabilità tra l'impegno in Rete e quello sul territorio sembra confermato dalle indagini ricorrenti di Demos-Coop. L'identità ideologica dei più attivi in Rete appare piuttosto chiara. I cives.net hanno un evidente orientamento left-leaning. Tuttavia, se guardiamo agli elettorati potenziali, sono quelli del MoVimento 5 Stelle - un "non-partito", che si chiama fuori dalle categorie tradizionali della politica come destra-sinistra - ad avere nella propria base elettorale la più alta componente di cittadini 2.0 (cives.net e infonauti assieme arrivano al 60%). Avendo però visto il profilo di questi cittadini, l'etichetta antipolitica - assegnata sulla base dell'approccio discorsivo del leader Beppe Grillo - sembra essere una categoria troppo stretta per definirne la base del MoVimento. La quale, invece, sembra esprimere un particolare coinvolgimento e una specifica domanda di politica.

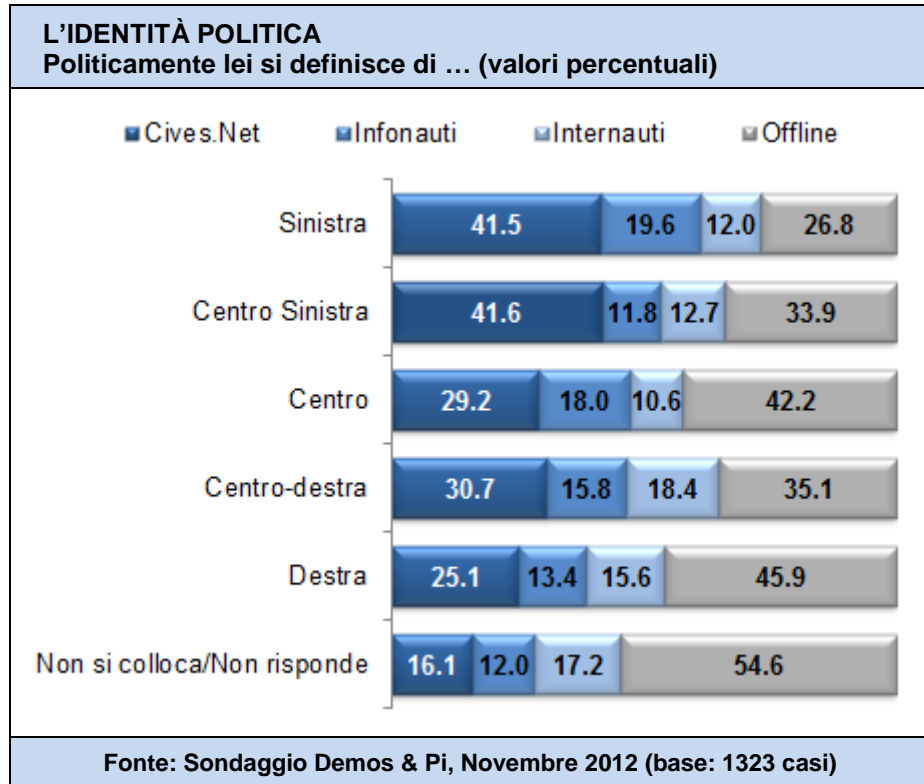


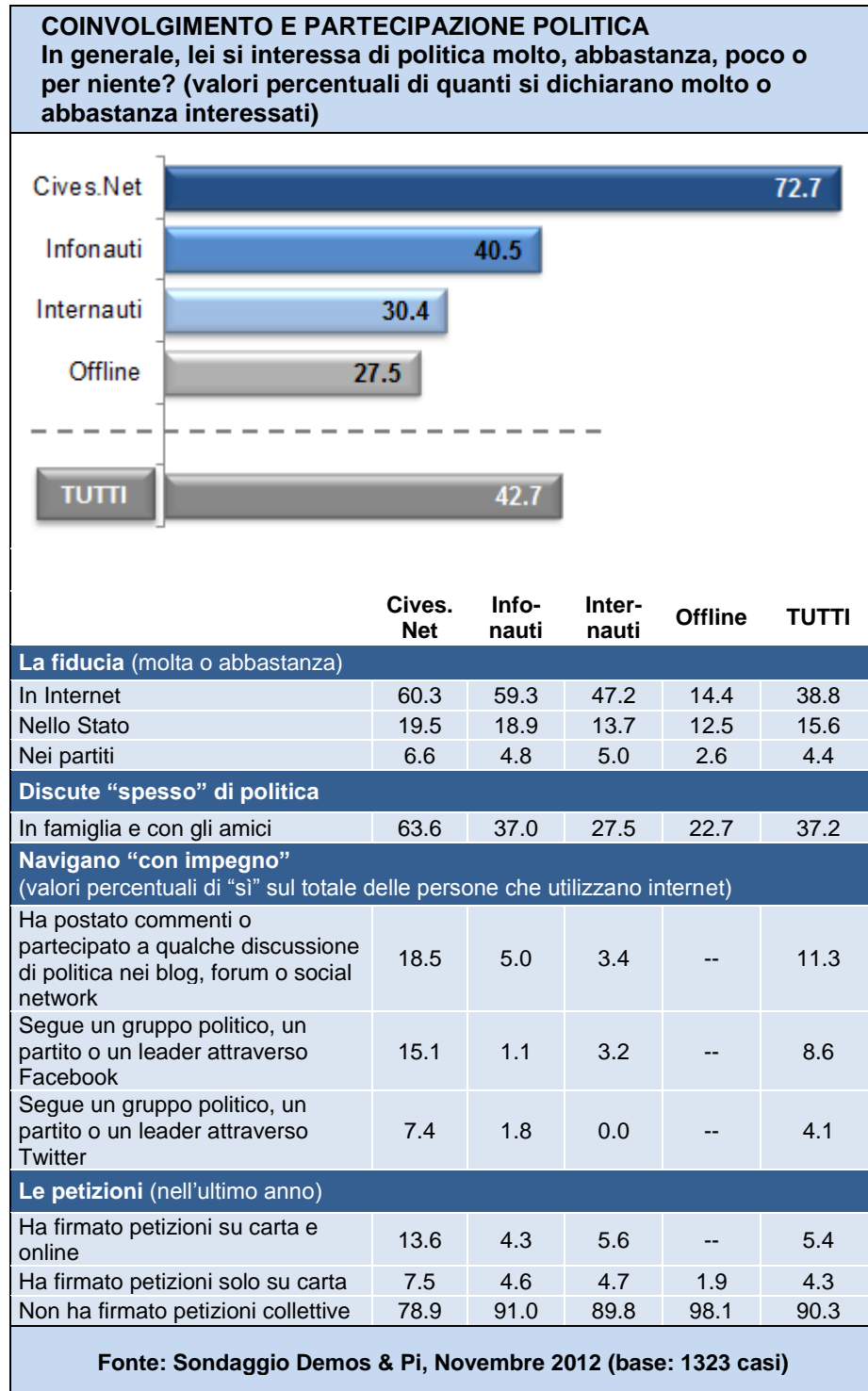


<b>PROFILO SOCIODEMOGRAFICO (valori percentuali dei cittadini online e offline)</b>					
	<b>Cives.N et</b>	<b>Info- nauti</b>	<b>Inter- nauti</b>	<b>Offline</b>	<b>TUTTI</b>
<b>Genere</b>					
Uomini	61.3	47.3	49.3	38.9	48.1
Donne	38.7	52.7	50.7	61.1	51.9
<b>Classe d'età</b>					
15-24 anni	26.5	19.2	18.0	0.6	13.3
25-34 anni	16.1	12.1	17.0	4.2	10.6
35-44 anni	26.1	35.6	27.2	10.1	20.9
45-54 anni	17.8	15.9	21.9	15.5	17.2
55-64 anni	8.5	10.9	10.4	21.2	14.5
65 anni e più	5.0	6.3	5.5	48.4	23.6
<b>Livello d'istruzione</b>					
Basso	5.0	6.6	4.7	53.7	25.7
Medio	28.9	32.4	48.9	34.9	34.9
Alto	66.2	61.0	46.4	11.4	39.4
<b>Categoria socio-professionale</b>					
Operaio	9.1	16.5	19.1	12.2	12.9
Tecnico, impiegato, dirigente, funzionario	30.2	27.4	18.8	4.7	17.3
Libero professionista	7.0	6.3	4.7	0.5	3.8
Lavoratore autonomo, imprenditore	4.2	4.3	3.7	1.6	3.1
Studente	23.4	17.9	14.6	0.6	11.7
Casalinga	7.2	7.4	17.5	28.5	17.7
Disoccupato	8.4	10.7	11.2	3.4	7.0
Pensionato	9.6	9.1	10.2	48.3	26.0
Altro	0.9	0.4	0.4	0.2	0.5
<b>Fonte: Sondaggio Demos &amp; Pi, Novembre 2012 (base: 1323 casi)</b>					









<b>L'USO DELLA RETE</b> (valori percentuali dei cittadini online e offline)					
	<b>Cives. Net</b>	<b>Info-nauti</b>	<b>Inter-nauti</b>	<b>Offline</b>	<b>TUTTI</b>
<b>Frequenza con cui utilizza internet</b>					
Tutti i giorni	85.2	75.2	59.1	--	43.9
<b>Per collegarsi ad internet utilizzano...</b>					
...Pc fisso da casa	70.9	72.2	77.4	--	72.9
...Pc portatile	72.7	67.7	60.5	--	68.3
...Cellulare, smartphone o tablet	43.0	34.7	29.2	--	37.4
...Pc fisso dal lavoro o luogo di studio	38.7	29.2	23.5	--	32.5
<b>Per informarsi utilizzano tutti i giorni...</b>					
...la televisione	72.2	78.2	81.1	86.3	80.3
...internet	77.6	65.6	50.0	--	40.4
...la radio	40.9	40.3	38.7	25.2	33.9
...la Tv satellitare	36.4	28.9	31.7	16.9	26.4
...i quotidiani	25.4	21.9	29.5	24.9	25.3
...i settimanali	8.2	5.6	7.0	4.6	6.1
<b>I social network</b>					
Per partecipare ad un social network/community (Facebook o altri)	63.1	51.5	48.6	--	56.5
<b>Fonte: Sondaggio Demos &amp; Pi, Novembre 2012 (base: 1323 casi)</b>					

MEZZI DI INFORMAZIONE (sono riportati nell'ordine i primi tg, programmi e quotidiani indicati)					
Fiducia nei Tg (molta o abbastanza)					
Pos.	Cives.Net	Infonauti	Internauti	Offline	TUTTI
1°					
2°					
3°					
4°					
Fiducia nei programmi di informazione (molta o abbastanza)					
Pos.	Cives.Net	Infonauti	Internauti	Offline	TUTTI
1°					
2°					
3°					
Quotidiano che legge con maggiore frequenza (prima scelta)					
Pos.	Cives.Net	Infonauti	Internauti	Offline	TUTTI
1°*	<b>la Repubblica</b>	<b>la Repubblica</b> <i>CORRIERE DELLA SERA</i>	<i>CORRIERE DELLA SERA</i>	<i>CORRIERE DELLA SERA</i>	<b>la Repubblica</b> <i>CORRIERE DELLA SERA</i>
* Quando vi sono due testate nella stessa cella significa che non vi sono differenze apprezzabili					
Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Novembre 2012 (base: 1323 casi)					