



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
AGCOM COMUNICAZIONI

COMUNICATO STAMPA

AGCOM: PRESENTATO IL RAPPORTO SUL CONSUMO DI INFORMAZIONE IN ITALIA

La Tv ancora al primo posto ma cresce la forza informativa di Internet

Fotografare le nuove tendenze relative al consumo di informazione da parte dei cittadini, con particolare attenzione al ruolo delle piattaforme online e all'utilizzo dei mezzi di comunicazione come fonte di informazione per le scelte politico – elettorali: questo l'obiettivo del [Rapporto](#) pubblicato oggi dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni con il quale viene analizzato il percorso che conduce il cittadino ad acquisire effettivamente le notizie divulgate dai mezzi di comunicazione, indagando i moderni modelli di accesso al consumo dell'informazione.

In particolare, lo studio analizza approfonditamente le diverse fasi del percorso informativo del cittadino – dall'accesso ai mezzi di comunicazione (il 97% della popolazione italiana accede ad almeno un mezzo nel giorno medio), fino al consumo informativo (il 95% della popolazione di 14 anni e più si informa su almeno un mezzo) – evidenziando, al contempo, i fattori in grado di influire significativamente sui modelli di accesso e consumo dell'informazione, ovvero i motivi di esclusione o marginalizzazione nelle varie fasi del processo informativo (quali bassi livelli di istruzione e situazioni di difficoltà economica degli individui).

Il rapporto rileva inoltre come la "dieta" informativa degli italiani sia caratterizzata da uno spiccato fenomeno di *cross-medialità*, che ormai riguarda oltre i tre quarti della popolazione italiana. La televisione si conferma ancora come il mezzo con maggiore valenza informativa, sia per frequenza di accesso – il 90% degli italiani lo utilizza a scopo informativo – sia per importanza e affidabilità percepite.

La forza di Internet risulta comunque in costante ascesa: il 70% della popolazione vi si affida per reperirvi notizie, tanto da farlo salire al secondo posto per frequenza di accesso quando la finalità d'uso è informativa; inoltre più di un quarto della popolazione lo reputa la fonte principale per informarsi.

Gli italiani accedono all'informazione online prevalentemente attraverso fonti algoritmiche (soprattutto social network e motori di ricerca, ma anche portali e aggregatori di notizie), utilizzate dal 55% della popolazione, mentre si registra una minore fruizione delle fonti editoriali (siti web e applicazioni di editori tradizionali e nativi digitali), utilizzate dal 39% degli individui.

Tuttavia, l'attendibilità percepita delle fonti online rimane mediamente inferiore rispetto all'affidabilità riscontrata per quelle tradizionali. L'esame delle caratteristiche e delle modalità di fruizione per scopi informativi delle fonti governate da algoritmi, in particolare dei social network, mette in evidenza luci e ombre, riconducibili principalmente alla varietà e quantità delle fonti online, da un lato, e alla scarsa riconoscibilità dell'informazione in rete e alla tendenza degli utenti del mezzo alla polarizzazione ideologica, dall'altro.

Il Rapporto mostra infine come gli individui più schierati dal punto di vista ideologico (polarizzati) ricorrano in maniera piuttosto ampia ad Internet come mezzo di comunicazione per informarsi, secondo dinamiche che portano alla formazione delle cd. *echo chamber*, ossia da individui che discutono solo all'interno di una cerchia di persone vicine ideologicamente, ricalcando e acuendo le problematiche di esposizione selettiva e della cosiddetta distorsione confermativa cd. *confirmation bias*.

Roma, 19 febbraio 2018