

Comunicazione & Giornalismo - Referendum 2026, analisi Agcom: la tv torna in testa, ma i social guidano l'informazione digitale

Roma - 05 ago 2026 (Prima Notizia 24) Pubblicato il report sul consumo informativo durante il voto di marzo: il mezzo televisivo torna in testa per gli appuntamenti civici (58,7%), mentre il digitale e i social dominano tra i più giovani e i laureati.

Le consultazioni referendarie sulla Costituzione tenutesi a marzo hanno ridisegnato la mappa dei consumi mediatici in Italia, mostrando una marcata ripresa dei canali tradizionali in occasione degli appuntamenti democratici, pur in un quadro di progressiva penetrazione degli strumenti telematici. Lo attesta l'ultima indagine conoscitiva curata dall'Agcom unitamente a GfK Italia, incentrata sulle abitudini dell'elettorato nel reperimento delle notizie durante l'ultima tornata delle urne. Il dato di maggior rilievo riguarda il primato riconquistato dalla televisione, scelta da quasi sei cittadini su dieci per seguire il dibattito sui quesiti, a fronte di una quota inferiore alla metà della popolazione che ha optato per i portali sul web. L'esito va in controtendenza rispetto alla fruizione di routine, dove il comparto digitale ha ormai sopravanzato i palinsesti classici. Contestualmente, si è assistito a una forte crescita dello scambio di opinioni diretto tra parenti e conoscenti, mentre una fascia contrassegnata da poco più di un decimo dei residenti ha dichiarato di essersi del tutto estraniata dalla campagna. Dalla rilevazione emerge una spiccata differenza tra chi si è recato ai seggi e chi ha preferito l'astensione: i primi hanno attinto in modo bilanciato sia dalle trasmissioni che dalla rete, laddove tra i non votanti la disinformazione deliberata o passiva ha raggiunto i picchi più elevati. I fattori anagrafici e il percorso di studi tracciano una linea di demarcazione netta, con i giovani e chi possiede un titolo universitario ampiamente orientati verso le fonti online, a fronte delle fasce d'età più avanzate che continuano a privilegiare i telegiornali. Sul piano geografico, invece, l'egemonia della TV resta uniforme da nord a sud, con le sole regioni centrali a mostrare una propensione più accentuata verso i siti web. Nel segmento virtuale, i social e i portali di videosharing figurano come l'accesso prioritario ai contenuti politici. L'architettura degli algoritmi tende a prevalere sul giornalismo online nativo, sebbene tra l'elettorato attivo si sia notato un maggior equilibrio con le testate tradizionali. Nello specifico, la fruizione si concentra su una ristretta cerchia di piattaforme guidata da Facebook, seguito a breve distanza da Instagram, TikTok e YouTube. Quanto alla tipologia di profili consultati, la fiducia del pubblico premia in larga misura gli account dei giornalisti e dei media accreditati, relegando gli influencer e i creator a una funzione secondaria nella formazione dell'opinione pubblica.

(Prima Notizia 24) Mercoledì 05 Agosto 2026

PRIMA NOTIZIA 24

Sede legale : Via Costantino Morin, 45 00195 Roma
E-mail: redazione@primanotizia24.it