

RAPPORTO CENSIS

Gli italiani sono sempre connessi, il "pubblico" no

POLITICA

08_12_2015



**Ruben
Razzante**



La tecnologizzazione della società italiana procede in modo spedito, ma nell'interazione con la pubblica amministrazione l'Italia rimane molto indietro rispetto agli altri Stati europei. Moltissimi cittadini preferiscono ancora la relazione frontale con gli sportelli pubblici e il piano per la cosiddetta cittadinanza digitale non decolla. In Italia il numero di utenti che interagiscono via web con gli uffici pubblici attraverso la restituzione di

moduli compilati online è ancora largamente insoddisfacente ed è pari al 18%. La media europea è pari al 33%. Deludenti anche i dati sull'intero ventaglio dei portali delle amministrazioni pubbliche: ha avuto contatti con la pubblica amministrazione solo il 36% degli italiani, contro il 74% dei francesi, il 60% dei tedeschi e il 56% degli inglesi.

In ritardo anche il disbrigo online delle pratiche burocratiche presso l'ufficio anagrafe e negli ambiti della Sanità e della Previdenza. In compenso pare che, tra i cittadini che hanno deciso di avvalersi del canale telematico per compiere operazioni con gli uffici pubblici, il gradimento sia alto: solo il 9,9% di loro si è lamentato per la mancata assistenza, il 19,6% per disguidi tecnici, il 22,9% per informazioni non aggiornate o poco chiare.

Luci e ombre emergono dal quarantanovesimo Rapporto del Censis sulla situazione sociale dell'Italia, diffuso nei giorni scorsi. Gli italiani risparmiano su tutto, ma non sulla tecnologia e soprattutto su quella mobile. Dal 2007 al 2014, mentre i consumi complessivi sono scesi del 7,5% affossati dal crollo dei libri (-25,3%) e dei quotidiani cartacei (-31%), la voce telefonia ha registrato un aumento del 145,8% superando i 26,8 miliardi nell'ultimo anno. Crescono a doppia cifra gli smartphone (+12,9%), oggi nelle mani della metà degli italiani, e i tablet, che vengono utilizzati da quasi 3 persone su 10. Di pari passo cresce la diffusione dell'uso di Internet: gli utenti della rete sono aumentati del 7,4%, arrivando al 70,9% degli italiani. Il divario digitale nel complesso si sta dunque colmando e l'analfabetismo informatico lascia gradualmente il passo a una maggiore consapevolezza delle potenzialità della Rete.

Ma le distanze tra giovani e anziani rimangono abissali: tra i primi, la quota di utenti della rete arriva al 91,9%, mentre è ferma al 27,8% tra gli anziani. L'85,7% dei giovani usa gli smartphone, mentre tra gli anziani quella percentuale è del 13,2%. Il 77,4% dei giovani è iscritto a facebook, mentre gli over 65 che si connettono a quel social network sono il 14,3%. Tra questi ultimi, l'uso di Youtube arriva appena al 6,6%, mentre tra i giovani raggiunge il 72,5%. Dunque, un numero sempre crescente di cittadini ritiene il mobile un ottimo mezzo per diminuire l'intermediazione e quindi per risparmiare in molti ambiti, ma rimane il divario digitale nei diversi strati anagrafici della popolazione. Si naviga per informarsi, prenotare viaggi e vacanze, acquistare beni e servizi, guardare film o seguire partite di calcio, svolgere operazioni bancarie o anche entrare in contatto con le amministrazioni pubbliche. Tutte operazioni che permettono di risparmiare tempo e denaro.

«Si sta così sviluppando una economia della disintermediazione digitale che sposta la creazione di valore da filiere produttive e occupazionali consolidate in nuovi

ambiti», sottolinea il Rapporto del Censis, parlando di progressiva riscrittura delle regole dell'economia reale. IL Rapporto analizza anche lo stato dell'informazione in Italia. Il dato principale che merita attenzione è la forte crescita di fiducia nei nuovi media: per il 33,6% degli italiani è infatti aumentata la credibilità dei social network, per il 31,5% quella delle Tv *all news*, per il 22,2% e per il 22% rispettivamente quella dei giornali online e degli altri siti web di informazione. Fiducia che si basa principalmente sul linguaggio chiaro, seguito dall'indipendenza dal potere e dalla professionalità della redazione. Oltre, naturalmente, all'aderenza oggettiva ai fatti e alla rapidità di aggiornamento delle notizie. In altri termini, l'informazione on line, nonostante a volte non superi gli indispensabili filtri di credibilità, appare più accessibile e contrassegnata da un maggiore pluralismo e da un minore condizionamento da parte di altri interessi.

La televisione rimane comunque al primo posto nelle diete mediatiche degli italiani: nel 2015 la quota di telespettatori si è avvicinata fortemente alla totalità della popolazione, toccando il 96,7%. Un primato sul quale ha inciso, seppur in misura ancora contenuta, lo sviluppo della web tv (+1,6%) e di quella mobile (+4,8%). Gli italiani continuano a mostrare anche una certa passione per la tv satellitare, che si trova oggi nel 43% delle case. In agonia sembrano, invece, le emittenti locali, che registrano una grave flessione dei ricavi, dovuta soprattutto al calo vistoso degli introiti pubblicitari. Anche per la radio si conferma una larghissima diffusione di massa (l'utenza complessiva corrisponde all'83,9% degli italiani), con una crescita del 2% dell'ascolto tramite telefoni cellulari e internet.