

## Effetto lockdown, più web e meno fumetti cartacei

L'effetto del lockdown sull'offerta culturale è stato fortissimo azzerando completamente le esperienze dal vivo ed alimentando la fruizione domestica e via web. Il nuovo menù dei consumi culturali sembra muoversi a differenti velocità, con una forte crescita dei consumi e dei servizi digitali e una profonda crisi dell'offerta dal vivo anche in fase di riapertura. È quanto emerge

da un'indagine di Impresa Cultura Italia - Confcommercio, in collaborazione con Swg, sugli effetti del Covid-19 per i consumi culturali degli italiani. I vincoli imposti dall'emergenza hanno portato ad una crescita dei consumi televisivi (+47%), della lettura di libri (+14%) e dell'ascolto di musica (+7%), mentre è diminuita la lettura di fumetti (-27%) e riviste (-10%). Tra i consumi televisivi,

oltre ai canali tv tradizionali, si segnala un significativo aumento dell'utilizzo di piattaforme web in abbonamento (per il 34%) e, più in generale, dei canali a pagamento (per il 20%). Lo switch verso il digitale è stato particolarmente forte per i quotidiani, riviste e fumetti. Durante il lockdown un lettore su sei ha dichiarato di avere abbandonato il cartaceo in favore del digitale. Regge, invece, la lettura tradizionale dei libri sebbene, anche in questo caso, l'8% dei lettori sia passato all'e-book. Al contrario, gli spettacoli dal

Alcuni musei e siti archeologici hanno dato la possibilità di fare, in questo periodo, visite virtuali on line.



vivo in digitale non sembrano avere avuto un successo significativo e sono stati seguiti principalmente da quei fruitori che già prima del Coronavirus tendevano ad assistere a que-

ste attività soprattutto in forma gratuita. In pochi (solo il 4%) hanno approfittato della possibilità di visite virtuali a musei e siti archeologici, mentre la maggior parte (ben il 79%)

non ha usufruito di questa opportunità sia perché non ne era a conoscenza (28%) che per libera scelta (51%). Lo stress psicologico associato ai mesi di lockdown e l'elevato consumo di prodotti e servizi culturali in ambito informativo e formativo hanno modificato in profondità lo schema dei bisogni individuali in campo culturale. Cresce molto l'aspettativa legata al divertimento (+15 punti percentuali rispetto a dicembre 2019), al relax (+14 punti), al fare qualcosa di diverso per uscire dalla routine.

L.G.

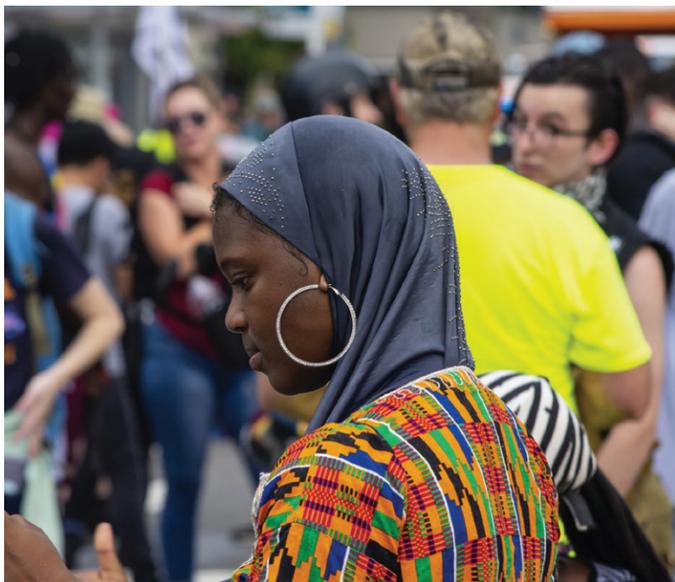
# APOSTOLATO DIGITALE

## condividere codici di salvezza

ANALISI – L'AFRICA È UN CONTINENTE GIOVANE: INNOVAZIONE E DIGITALIZZAZIONE TROVANO TERRENO FERTILE

# Covid e tecnologia, il Sud del mondo ci è più vicino...

**D**urante il lockdown abbiamo vissuto sentimenti ed esperienze forti, a volte inaspettati. Il confinamento ha svelato similitudine e vicinanza con persone e Paesi lontanissimi non solo geograficamente da noi. Per lavoro viaggiamo molto spesso in tutto il mondo, specialmente in paesi in via di Sviluppo. I miei colleghi e gli esperti con cui collaboro si trovano nei Paesi più disparati, dal Ghana o la Guinea Equatoriale alla Moldavia, dal Bangladesh e l'India al Perù e la Costa Rica. Pensavamo di aver acquisito, ormai da diversi anni, una certa dimestichezza nell'uso degli strumenti tecnologici



per metterci in contatto, condividere documenti e fare teleconferenze. Abbiamo dato per scontato che l'utilizzo fosse appannaggio «nostro», dei paesi più avanzati. La pandemia di Covid-19 ha causato un improvviso cambiamento globale nel modo in cui le persone vivono, lavorano e socializzano. Di colpo – incredibilmente – ci siamo trovati tutti, a qualsiasi latitudine, nella medesima situazione, con gli stessi sentimenti, le stesse apprensioni, la stessa confusione. A distanza di pochi giorni o settimane, ogni mio collega o amico, ovunque nel mondo, si è trovato ad affrontare circostanze simili: riunioni di lavoro in T-shirt dal salotto o dalla cucina; un figlio (o più di uno), un cane, un gatto che

irrompono nel bel mezzo del discorso; la linea che salta, la voce che si interrompe; la sirena di un'ambulanza di sottofondo... e lo sguardo di comprensione, di vicinanza, di empatia, che a volte strappa una risata, a volte una lacrima. Finalmente davvero vicini. Pian piano è andato scemmando il non sempre velato senso di superiorità o di sicurezza dei «nordici» nei confronti dei «mediterranei», degli europei nei confronti degli altri, dei più vecchi nei confronti dei più giovani. Abbiamo aperto gli occhi sulle

fragilità e rigidità del nostro sistema sanitario, produttivo, finanziario, economico, della nostra società e di noi stessi. Dagli «altri», abbiamo al tempo stesso imparato una flessibilità, una spontaneità, un'adattabilità, una forza innovativa che non sospettavamo o di cui non avevamo tenuto conto in passato. Una capacità di reazione che consente loro di reagire in maniera più rapida, efficace e innovativa a situazioni di emergenza. Sentiamo parlare del digital divide, che recenti rapporti indicano come ulteriormen-

te accresciuto con l'avvento della pandemia. Secondo i dati della Gsm, l'associazione degli operatori di telefonia mobile, circa tre quarti della popolazione dell'Africa sub-sahariana – 747 milioni di persone – ha un cellulare, nonostante le enormi difficoltà legate alla connessione Internet e alle carenze di conoscenze digitali e alfabetizzazione. L'Africa però è un continente giovane: a sud del deserto del Sahara l'età media è di 19 anni. L'innovazione e la digitalizzazione trovano pertanto un terreno fertile. Infatti la digitalizzazione che da qualche anno sta trasformando l'economia africana che ha fatto un gigantesco balzo in avanti in questi mesi, mostrando una capacità di adattamento notevolmente superiore a quella a cui abbiamo assistito da noi. Molti paesi africani per esempio hanno impiegato tecnologie digitali per passare a transazioni senza contanti, ad esempio, al fine di ridurre le occasioni di contagio. In Etiopia e Senegal, start up innovative hanno iniziato ad utilizzare la stampa in 3D per produrre schermi facciali e valvole per i ventilatori. La pandemia ha ulteriormente accelerato gli sforzi per rendere accessibili a più di 7 milioni di persone servizi essenziali per la salute e la sussistenza durante le crisi umanitarie, con il progetto «Mobile for Humanitarian Innovation» (M4H). In Rwanda, il piano di risposta al Coronavirus utilizza la robotica e intelligenza artificiale per migliorare e velocizzare l'analisi dei tamponi e rafforzare la sorveglianza epidemiologica. Insomma, sapremo alla fine di questa esperienza aprire gli occhi e imparare dall'esperienza del nostro vicino, a torto visto come più povero, più giovane, quindi più inesperto e impreparato?

**Vittoria LUDA**  
SustainableCycles  
United Nations University

## Consegne a casa? Ci pensa il drone

Ai tempi del Coronavirus la parola d'ordine è «innovazione» e la mobilità si evolve e si reinventa nel campo delle consegne a domicilio. L'impiego dei droni è stato un metodo alternativo trovato da alcune società per consegnare la spesa ed effettuare il servizio di food delivery. Ad avere maggiore successo è stato il programma pilota Wing che, collaborando con compagnie di spedizione come la FedEx, ha iniziato a consegnare direttamente a casa i beni di prima necessità mediante droni. Era solo l'inizio del nuovo servizio di consegne, programmi di droni pilota ad oggi vengono impiegati oltre che in America anche in Australia, Finlandia e Irlanda; quest'ultima ha ulteriormente ottenuto il permesso per consegnare farmaci alle persone che



non possono muoversi da casa. L'e-commerce in generale sta cercando di adeguarsi alle necessità odierne: l'azienda americana Amazon è in una fase di ricerca per sviluppare un servizio chiamato «Amazon Prime Air» per consegnare merci per via aerea. Altre compagnie, come Domino's Pizza e Walmart, hanno deciso di adottare il moderno mezzo di trasporto. Questa nuova realtà implica dei pro e dei contro, di certo essa ammortizzerebbe le spese di spedizione delle compagnie e quelle dei consumatori, questi ultimi riceverebbero i pacchi in modo più veloce ed affidabile; però allo stesso tempo molto del lavoro verrebbe automatizzato e la privacy verrebbe meno in quanto le società di trasporto utilizzerebbero delle videocamere per individuare gli indirizzi di consegna. Per usufruire anche in Italia del servizio si dovrà attendere ancora del tempo, tuttavia, dalle informazioni raccolte si evince come sia impossibile frenare l'evoluzione tecnologica, soprattutto se risponde alle esigenze del momento, così come accaduto durante il lockdown.

Beatrice ZILLOTTO

## Pedagogia digitale: nuove sfide di prossimità

Modulo formativo sull'ambiente digitale per operatori della carità a cura dell'area Formazione Caritas Piemonte e Valle d'Aosta. Disponibile sul canale YouTube P.A.D. - Pastorale A Distanza

