

28 settembre 2016 12:33

**ITALIA: Consumo Internet. Censis: forte divario tra giovani e anziani**

Le distanze tra i consumi mediatici giovanili e quelli degli anziani continuano ad essere rilevanti. Tra i giovani under 30 la quota di utenti della rete arriva al 95,9%, mentre è ferma al 31,3% tra gli over 65 anni. L'89,4% dei primi usa telefoni smartphone, ma lo fa solo il 16,2% dei secondi. E ancora: l'89,3% dei giovani è iscritto a Facebook, contro appena il 16,3% degli anziani. Il 73,9% dei giovani usa YouTube, come fa solo l'11,2% degli ultrasessantacinquenni. Sono i dati emersi dal 13mo Rapporto Censis-Ucsi sulla comunicazione, promosso da Enel, Hp Enterprise, Mediaset, Rai e Tv2000 e presentato oggi a Roma. Oltre la metà dei giovani (il 54,7%) consulta i siti web di informazione, contro appena un anziano su dieci (il 13,8%). Il 37,3% dei primi ascolta la radio attraverso il telefono cellulare, mentre lo fa solo l'1,2% dei secondi. E se un giovane su tre (il 36,3%) ha già un tablet, solo il 7,7% degli anziani lo usa. Su Twitter poi c'è un quarto dei giovani (il 24%) e un marginale 1,7% degli over 65. Il rapporto individua anche i nuovi motori del consumo dei media: le donne. Per molto tempo le donne hanno mostrato una predilezione per la televisione e per i libri, ma nel 2016 al tradizionale predominio nella lettura di libri (lo fa il 55,4% rispetto al 38,5% degli uomini), settimanali (rispettivamente, il 32,8% delle prime e il 25,3% dei secondi) e mensili (il 27,9% e il 21,2%), si è aggiunto il primato femminile anche nell'uso di internet, dove c'è stato il sorpasso delle donne sugli uomini: il 74,1% di utenza tra le prime (erano ferme al 43,2% nel 2011) rispetto al 73,2% riferito ai secondi.