

come spendiamo il nostro tempo online

Come spendiamo il nostro tempo online

di Luca Fiorini



Le cifre sono oltremodo eloquenti: più del 50% della popolazione mondiale ha meno di 30 anni e oltre il 30% della stessa naviga sul web. A intavolare i dati è il sito Gogulf.com, che nei diagrammi dell'infografica "How users spend their time on the Internet", basata su dati di ComScore, Nielsen, TNS e PewResearch, ha stimato il numero di persone connesse globalmente – 2,095,006,005 (il 30% della popolazione mondiale di cui sopra), – specificando che il tempo speso in rete, in media, nel mondo, è equivalente alla cifra record di 35 miliardi di mesi, traducibili in 3,995,444 di anni.

Se l'utenza statunitense stacca nettamente le restanti, con 32 ore di tempo medie mensili contro le 16 circa degli altri Paesi, la nazione col numero maggiore di users è la Gran Bretagna (85%), seguita a ruota da Germania (81%), Francia e Giappone a pari merito (80%), Usa (79%), Russia (43%), Brasile

(40%), Cina (34%), Nigeria (28%) ed India (7%).

La fetta più grande della torta-tempo, supposizione legittima, non è ad appannaggio del porno on demand: fra i così detti “highlights”, ovvero le attività più sdoganate sul web, primeggiano i siti di stampo social, col 22% del minutaggio complessivo, più di 250 milioni di tweets postati ogni giorno e oltre 800 milioni di aggiornamenti di status a infarcire il padre dei social network, Facebook – che è usato dal 56% degli utenti solo per spiare il proprio partner –, lì dove il record del numero di “amici” è riferibile ai brasiliani (con 481 contatti), mentre ai giapponesi tocca accontentarsi del piolo più basso della scala (appena 29 friends); ai social network si accodano le ricerche sui “motori” preposti, col 21% del tempo complessivo di connessione e un milione di richieste quotidiane gestite da Google, ed il 20% è occupato dalla lettura di contenuti testuali; il 19% è destinato a chat ed email, il 13% improntato all’ascolto o alla visualizzazione di siti e file multimediali (con 4 miliardi di visite al giorno su Youtube e più di 60 ore di video uploadati ogni minuto), e solo il 5% è investito per lo shopping in rete, in cui primeggiano i compratori cinesi sfiorando le cinque ore settimanali.

Il record di visitatori unici al mese è saldamente detenuto dal gigante di Mountain View, Google (153,441,000), incalzato da Facebook (137,644,000), Yahoo! (130,121,000), Msn Bing (115,890.000), Youtube (106,692,000), Microsoft (83,691,000), Aol. (74,633,000), Wikipedia (62,097,000), Apple (61,608,000) ed Ask (60,552,000).

Fra le attività on line più routinarie, invece, prescindendo dalla collocazione geografica dell’utenza, si registrano la ricerca di informazioni mediche e mappe stradali, previsioni meteo e dettagli sull’acquisto di prodotti, oltre alla lettura di quotidiani e web magazine, stimando che, nella nuova era telematica, si verificherà un aumento delle web tv e dei servizi geolocalizzati e di home banking, a discapito della

diffusione di video “professionali”, live show e clip amatoriali, prossimi al declino.

Chi poi, insoddisfatto dai rilevamenti di massa, volesse entrare nel dettaglio degli standard personali di navigazione, portebbe scaricare un'app apposita, Timing – Time Tracker (su App Store al costo di \$9.99), grazie alla quale ottenere report particolareggiati sullo scorrere quotidiano, talvolta impenitente, del proprio tempo al desk.