

Digital divide. Le società private possono avere un ruolo nel facilitare la diffusione delle tecnologie nei Paesi più arretrati

Internet per tutti: istruzioni per l'uso

Nel mondo ancora 4 miliardi di persone senza la Rete: i progetti per diffonderla

Micaela Cappellini

Una Sim card per abbattere le disuguaglianze tra uomo e donna. Succede in India, l'idea è venuta a Uninor, sussidiaria del colosso norvegese delle telecomunicazioni Telenor. Fino al 2014, erano pochissime le donne, nelle campagne indiane, ad avere accesso a un telefonino. Poi è arrivato il progetto Sampark: anziché singolarmente, le Sim card venivano vendute a due a due ma con lo stesso numero, una per il capofamiglia e l'altra per la sua consorte. La ritrosia culturale dei mariti indiani a "concedere" il telefonino alle compagne è stata vinta: cinque mesi dopo il lancio, le Sim di Uninor avevano già registrato un aumento del 30% della quota di mercato locale. Un guadagno per la compagnia telefonica, certo, ma anche per le donne del Paese.

L'inclusione sociale passa anche attraverso le nuove tecnologie. Ma la disponibilità delle apparecchiature e delle connessioni non è ancora appannaggio di tutti: secondo la World Wide Web Foundation, nel mondo ci sono ancora 4 miliardi di persone che non hanno accesso a Internet. Il 55% della popolazione mondiale. I governi e le istituzioni internazionali hanno senza dubbio un ruolo, in tutto questo. Ma non è detto che

anche le compagnie private non possano fare la propria parte, con un doppio vantaggio, appunto: proprio, e delle popolazioni più svantaggiate.

Nel suo ultimo *white paper* intitolato "Internet for all" il World Economic Forum, con l'aiuto del Boston Consulting Group, ha raccolto un po' di buone pratiche in giro per il mondo. In India ad esempio, oltre al progetto Sampark di Uninor, un'interessante iniziativa è stata realizzata dalla

GLI ESEMPI

Uninor in India aiuta le donne delle campagne ad avere un telefonino
La start-up Jana offre traffico gratuito in cambio di pubblicità

Pepsiche, d'accordo con la società di pagamenti elettronici su telefonino Freecharge, per un certo periodo ha offerto accesso Internet gratuito e senza limiti a chi acquistava i suoi soft drinks.

In Myanmar Ericsson, con il patrocinio nel ministero dell'Istruzione, ha lanciato il programma Connect to Learn, che ha già fornito a oltre 20 mila studenti le tecnologie necessarie per connettersi

alla rete. In Cina - dove Internet è una realtà diffusa nelle grandi metropoli, ma non certo nelle remote campagne dell'Ovest - il gigante dell'e-commerce Alibaba si è inventato il piano "Coltivare un milione di talenti in un migliaio di college in un centinaio di città" con l'obiettivo di formare oltre un milione di persone a un utilizzo avanzato della rete, per poi proporli un lavoro come esperti di export online.

Anche il costo di un telefonino, a certe latitudini del mondo, può diventare proibitivo. Secondo l'A4AI (Alliance for affordable Internet) in 51 Paesi il costo di una linea internet fissa è ancora pari al 40% dello stipendio medio mensile di un lavoratore. Troppo. Ecco perché sono utili iniziative commerciali come quella di Intex Technologies in India, ad esempio, che ha messo sul mercato uno smartphone Firefox a soli 33 dollari. Mentre la start-up Jana ha fatto un accordo con la piattaforma mCent per offrire traffico internet gratuito in cambio della disponibilità degli utenti a "sopportare" un po' di app e messaggi pubblicitari. Con queste modalità Jana ha già accordato con oltre 300 operatori mobile di 93 Paesi, molti dei quali in via di sviluppo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il costo della tecnologia

Costo di un abbonamento mobile a Internet da 500 MB in % sul reddito medio

	0	10	20	30	40		0	10	20	30	40		
2012	Africa					38,8	2012	Americhe					5,9
2014						15,2	2014						4,4
2012	Cis					5,7	2012	Stati Arabi					5,7
2014						3,7	2014						5,2
2012	Asia e Pacifico					5,9	2012	Europa					1,2
2014						4,3	2014						0,8

Fonte: A4AI