

Dipartimento di Scienze Politiche Cattedra di Media Gender e Politica

DONNE E TECNOLOGIE: IL DIGITAL GENDER GAP
UN FOCUS SU IBM ITALIA

Laureanda:
Chiara De Angelis

Matr.
623122

Relatore:
Prof.ssa Emiliana De Blasio

Correlatore:
Prof. Michele Sorice

A.A. 2014-2015

INDICE

Introduzione

CAPITOLO I

Genere e tecnologie

- 1.1 Il *Digital Divide* – Definizione, origini e sviluppo....
- 1.2 Inquadramento storico del fenomeno.....
- 1.3 Due ipotesi sul divario: normalizzazione e stratificazione.....
- 1.4 Analisi del Digital Divide.....
- 1.5 Il Digital Gender Gap.....
- 1.5.1 Dal cyber femminismo di Donna Haraway al Digital Gender Gap.....
- 1.5.2 Il Digital Gender Gap Report 2013.....

CAPITOLO II

Donne e “aree STEM”

- 2.1 Il Digital Gender Gap in Europa
- 2.2 Accesso delle donne nelle “aree STEM”.....
- 2.3 Progetto NERD?.....

CAPITOLO III

Un focus su IBM Italia

3.1	Il “soffitto di cristallo”
3.2	IBM e le best practices
3.3.	Metodologia della ricerca
3.3.1	La survey: modalità di rilevazione
3.3.2	La survey: struttura del questionario.....
3.3.3	I risultati del questionario.....
3.3.4	Analisi dei dati aggregati per fasce di età.....
3.3.5	Analisi dei dati aggregati per livello di istruzione.....
3.4	L'indice di utilizzo.....

CAPITOLO IV

Confronto con i dati ISTAT e conclusioni

4.1	Confronto con il dati Istat
4.1.1	Domanda 9): Attività svolte con Internet.....
4.1.2	Domanda 10): Servizi utilizzati.....
4.2	Intervista con la Network Leader del WiT.....
4.3	Conclusioni.....

CAPITOLO I

GENERE E TECNOLOGIE

1.1. Il Digital Divide - Definizione, origini e sviluppo

Il *Digital Divide*, traducibile letteralmente in “divario digitale” è un fenomeno recente, molto complesso ed articolato, legato allo sviluppo delle tecnologie informatiche e di Internet, sviluppo che sta generando diffusamente rilevanti diseguaglianze culturali e sociali. A causa della complessità e della multidimensionalità del fenomeno, non ne esiste una definizione univoca: esistono bensì diverse definizioni che tentano di descriverlo compiutamente, ma che devono essere continuamente modificate e riadattate, in quanto il *Digital Divide* è un processo in continua e veloce evoluzione.

La sociologa Laura Sartori, tra le studiose italiane del fenomeno una di quelle che hanno dato una spinta innovativa alla materia, lo definisce infatti come “un concetto multidimensionale, sfaccettato e in continua evoluzione a cui una visione polare non può che fare l'effetto di una coperta troppo corta” (Sartori, 2006, 19).

Generalmente si parla di *Digital Divide* per indicare quel fenomeno che riguarda il divario esistente tra coloro che hanno la

possibilità di accedere alle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione, e dunque alla rete, ad Internet cioè, e coloro che invece non hanno questa possibilità.

Questa si può considerare la prima definizione ufficiale del cosiddetto divario digitale, apparsa nel terzo rapporto della serie *Falling through the Net* stilato nel 1999 dalla *National Telecommunications and Information Administration* negli Stati Uniti.

Nell'uso comune, il *Digital Divide* indica, quindi, ogni forma di disuguaglianza, discriminazione, barriera o limitazione esistente nell'accesso alle nuove tecnologie. Tale differenza non riguarda però soltanto la possibilità di accedere fisicamente a *computers* e ad Internet, ma anche l'effettiva capacità di utilizzare questi strumenti.

Il *Digital Divide* in questo modo viene necessariamente considerato come un fenomeno multidimensionale, caratterizzato da due aspetti fondamentali: l'accesso e l'uso. Oltre cioè al mero accesso ad Internet offerto dal possesso di un pc e di un modem, si inizia a dibattere pubblicamente di eventuali possibilità di distinzioni in base alle diverse capacità dei singoli di usare efficacemente le nuove tecnologie, Internet *in primis*.

Ai meccanismi di esclusione sociale e discriminazione già esistenti, quindi, si aggiunge questo nuovo elemento che, come sottolinea il prof. Manuel Castells, studioso e analista della rete, della società e dell'informazione, uno dei sociologi più influenti oggi al mondo, amplifica la distanza tra chi vive nella cosiddetta "era dell'informazione" e chi invece ne rimane escluso. Nella sua opera "La nascita della società in rete", considerata da tempo una delle pietre miliari della sociologia contemporanea, vengono analizzate in

modo puntuale le dinamiche reali del passaggio epocale dalla vecchia era industriale a quella che lo stesso Castells definisce “informazionale”, in cui le innovazioni tecnologiche hanno modificato i paradigmi comunicativi, facendoli diventare ormai interattivi. Le reti costituiscono “la nuova morfologia sociale e....la diffusione della logica di rete modifica in modo sostanziale l’operare e i risultati dei processi di produzione, esperienza, potere e cultura”. (Castells, 2002,) Quindi, la conclusione di Castells è che il nuovo sistema sociale a reti globali dipende totalmente sia dall’accesso che dal *know-how* tecnologico.

L’unica prospettiva corretta è, quindi, quella che vede la tecnologia totalmente immersa, *embedded*, nel contesto sociale, tenendo conto oltre che della mera disponibilità fisica di un computer, anche di fattori come le risorse economiche, sociali o relazionali. E i principali soggetti discriminati risultano essere nella maggior parte dei Paesi i poveri, gli anziani, le donne, i poco istruiti.

I nuovi *media* infatti, in particolare il *computer* ed Internet, hanno modificato profondamente la nostra società, specialmente per quanto riguarda la fruizione delle informazioni che, oggi, rappresentano il fulcro della conoscenza e dell’agire sociale di ogni individuo. Le nuove tecnologie hanno mutato in modo capillare i diversi aspetti della nostra vita quotidiana, il nostro muoverci, agire, il nostro stesso percepire il tempo e lo spazio.

Il mondo ha subito un vero e proprio processo di metamorfosi e si è trasformato, per usare una famosa espressione del sociologo canadese McLuhan, in un grande “villaggio globale”, all’interno del quale idee, tecnologie, prodotti e persone si spostano da un luogo

all'altro e dove le diverse culture entrano in contatto fra loro, influenzandosi a vicenda in modo sempre più dinamico.

L'innovazione tecnologica, permettendo la creazione di nuovi *media*, ha creato anche un nuovo processo di comunicazione bidirezionale ed interattivo: il grande passo in avanti del *Web 2.0* sta proprio nel fatto che si inizia a dare importanza alla condivisione delle informazioni, i cui contenuti diventano quindi multimediali ed interattivi, rivoluzionando così le tradizionali forme di comunicazione e socializzazione degli individui e, allo stesso tempo, modificando profondamente i contesti sociali, economici e culturali.

Il *computer* e le nuove tecnologie appaiono in modo sempre più evidente, a seconda del contesto sociale e delle situazioni in cui si trovano i soggetti, di genere, di età, di cultura, di abilità o disabilità, come una barriera o, viceversa, come un ponte, verso la fruizione e condivisione delle informazioni. Se la tecnologia diventa “ponte”, offre la possibilità di collegare persone, comunità, paesi, in modo egualitario e dunque democratico. Ma se l'impossibilità di accesso crea una barriera, un muro, fra le persone anche a seconda del censo o del luogo geografico in cui vivono, essa si va ad aggiungere alle altre barriere che dividono gli esseri umani, siano esse fondamentali per la sopravvivenza come l'accesso all'acqua o alle risorse alimentari, alle cure mediche o all'istruzione, o basilari per il rispetto dei diritti umani, delle libertà individuali.

1.2 Inquadramento storico del fenomeno

Dal momento che non esiste una definizione univoca ed universalmente accettata di *Digital Divide*, risulta particolarmente difficile, se non addirittura impossibile, datare la nascita del termine, così come anche individuare la persona che lo ha coniato. Secondo Andy Carvin, ricercatore nel programma di Communication Policy della Bontos Foundation:

“Nessuno sa chi abbia inventato il termine [...] Gore, Clinton e Harmon hanno contribuito a renderlo popolare attraverso i media, mentre Larry Irvin e Bonnie Bracey lo hanno diffuso tra gli studiosi e i policy-maker”

(Digital Divide Network, 31 maggio 2004).

Il tentativo di ricostruire l'origine del termine rimanda peraltro a situazioni e significati spesso molto diversi fra loro. Nel corso degli anni Novanta del secolo scorso infatti, qualcuno lo ha usato per distinguere atteggiamenti di euforia o di pessimismo nei confronti della tecnologia, altri invece per indicare problemi tecnici legati all'incompatibilità tra le reti analogiche e digitali dei telefoni cellulari, delle televisioni e delle trasmissioni satellitari.

Al Gore, Vicepresidente degli Stati Uniti, invece, nel 1996, lo usò per indicare le diverse opportunità degli studenti di poter accedere o meno all'uso dei *personal computers* a scuola, impegnandosi, nell'ambito dei programmi federali di istruzione, a sostenere l'uso delle nuove tecnologie nella scuola dell'obbligo per spianare la strada alla costruzione di una vera e propria “*information superhighway*”.

Si cominciò a parlare di *Digital Divide*, quindi, per la prima volta, quando l'amministrazione Clinton individuò nell'obiettivo di assicurare a tutti gli americani i benefici dell'era digitale e nello sviluppo e potenziamento delle nuove tecnologie una sorta di “nuova frontiera”.

Fu solo nel 1999 che si giunse ad un consenso unanime nel definire il fenomeno in termini di accesso alle nuove tecnologie informatiche. Questa risulta essere, di fatto, la prima definizione “ufficiale” di *Digital Divide*, e sulla base di essa vennero coniate due espressioni molto popolari ed utilizzate tutt'oggi: *haves* e *have-nots*, che identificano chi dispone (*haves*) o non dispone (*have-nots*) di accesso alle tecnologie informatiche ed in particolare ad Internet. Tale definizione, che dà per scontata la disponibilità di una linea telefonica, distingue tra chi dispone di un *personal computer* e di un modem, e può quindi accedere ad Internet, e chi invece non disponendo di tale tecnologia rimane tagliato fuori dalla società della rete.

Storicamente, i primi a parlare di *Digital Divide* furono quindi Al Gore e Bill Clinton, rispettivamente Vicepresidente e Presidente U.S.A., quando, all'inizio degli anni Novanta, intrapresero negli Stati Uniti delle politiche di sviluppo e potenziamento di Internet come infrastruttura. Lo sviluppo ed il potenziamento delle nuove tecnologie avvenuto in quel Paese evidenziò, infatti, di pari passo, come alle enormi possibilità che queste ultime spalancavano si accompagnassero anche nuove disuguaglianze.

Il concetto di divario digitale era riferito allora alla difficoltà, anche in termini di costi, di accesso ad Internet in alcune zone del Paese: era quindi una questione economica più che sociale. Quando poi, in quegli anni, Internet esplose come fenomeno di massa e divenne così anche un importante strumento di lavoro e di investimenti economici, il divario si fece sempre più marcato, anche in termini sociali: non essere connessi alla rete, o comunque non avere gli strumenti cognitivi per farlo, significava quindi essere relegati ai margini della società.

Nel frattempo si aprì un dibattito su altre possibili distinzioni basate sulle diverse capacità dei singoli utenti di utilizzare, in maniera più o meno efficace, questo mezzo di informazione, e quindi della possibile esistenza di un divario digitale tra gli stessi *haves*. Questo dibattito ha allargato l'orizzonte dei possibili significati del termine, ma ha anche iniziato ad allontanarlo dalla sua prima definizione del 1999, evidenziando come il fenomeno del *Digital Divide* fosse molto più complesso di una semplice differenziazione tra quanti si connettono abitualmente alla rete e quanti non lo fanno.

Il *Digital Divide* venne definito dagli esperti come un “obiettivo mobile”, sottolineando in tal modo la difficoltà di studiare un fenomeno in continua evoluzione. Gli studiosi si resero conto infatti di non avere a che fare con un solo tipo di divario, bensì con una moltitudine di differenze sociali, culturali, economiche e tecnologiche che vengono etichettate come *Digital Divide* e che variano in continuazione, in relazione all'evoluzione della tecnologia alla quale sono legate. In questo senso si è sviluppato un nuovo filone di studi che si occupa in particolare delle *digital inequalities*,

disuguaglianze digitali cioè, legate all'uso di Internet e distinto da quello del divario digitale relativo solo all'accesso.

Il dibattito contemporaneo tende quindi a lasciarsi alle spalle la definizione originaria tra *information haves* e *have-nots*.

L'esempio degli Stati Uniti ed il dibattito interno che ne è scaturito ha provato così, però, che l'avvento delle nuove tecnologie, oltre agli innumerevoli ed indubbi vantaggi, è stato anche la causa del riemergere di profonde disparità sociali preesistenti ed anche del loro acuirsi. Si sono moltiplicati così, successivamente, studi e convegni sull'argomento e si è focalizzata l'attenzione sulla vera e propria frattura digitale esistente tra i paesi industrializzati e i paesi in via di sviluppo. Inevitabilmente, infatti, il problema del *Digital Divide* e le sue conseguenze sono molto più pesanti e marcate nelle realtà dei paesi ad economia povera: le limitazioni nell'accedere alle nuove tecnologie precludono ovviamente molte delle loro possibilità di sviluppo economico.

L'espressione si è quindi diffusa a livello internazionale quando la problematica è diventata globale, tra il 1999 e il 2000.

Nel 2000 il dibattito venne ufficializzato con la stesura della famosa Carta di Okinawa da parte dei *leaders* intervenuti al vertice del G8, tenutosi nel luglio di quell'anno, i quali riconobbero che le ICT (*Information and Communication Technologies*), costituivano uno dei fattori più caratteristici e dirompenti del XXI secolo.

“Information and Communications Technology (IT) is one of the most

potent forces in shaping the twenty-first century. Its revolutionary impact affects the way people live, learn and work and the way government interacts with civil society. IT is a fast becoming a vital engine of growth for the world economy.....Enormous opportunities are there to be seized and shared by us all.....Our vision of an information society is one that better enables people to fulfil their potential and realise their aspirations.....everyone, everywhere should be enabled to participate in and no one should be excluded from the benefits of the global information society.

Above all, this Charter represents a call to all, in both the public and private sectors to bridge the international information and knowledge divide.....”

(Okinawa Charter on Global Information Society

<http://www.mofa.go.jp/policy/economy/summit/2000/charter.html>)

Tale Carta, raccogliendo i punti di vista di otto Paesi industrializzati e di nove in via di sviluppo, riconobbe per la prima volta che l'impatto delle ICT incideva non solo sulla vita, sull'apprendimento e sul modo di lavorare delle persone, ma anche sul modo in cui i governi potevano interagire con la società civile.

L'accesso e l'utilizzo di queste tecnologie hanno rappresentato e rappresentano tuttora nel nostro mondo un pre-requisito per lo sviluppo economico e sociale e la modernizzazione dei sistemi di produzione.

Il *Digital Divide* non riguarda infatti solo i paesi in via di sviluppo, dove le cause delle difficoltà di accesso alle nuove tecnologie sono principalmente economiche: anche l'Italia, ad esempio, è in qualche modo afflitta da questa problematica. Negli

ultimi anni si è infatti allargato il *gap* fra l'Italia e i principali Paesi dell'Unione Europea: i dati relativi al 2013 sullo sviluppo digitale, diffusi dalla Commissione Europea, mostrano come nel nostro Paese appena il 56% delle persone usa Internet almeno una volta a settimana (percentuale che si colloca ben al di sotto della media europea), il 34% degli italiani non ha mai usato il web, di contro al 20% della media registrata dall'Unione, e ben il 60% della popolazione italiana non è minimamente dotata di competenze digitali.*(.....)

Il superamento del *Digital Divide* è, quindi, ormai un obiettivo largamente condiviso: tutti sono consapevoli dell'importanza di uno sviluppo equilibrato delle opportunità offerte ai diversi gruppi sociali. Anche il neo presidente della Repubblica Sergio Mattarella ha sottolineato nel suo discorso di insediamento, il 3 febbraio di quest'anno, l'importanza delle nuove tecnologie: “Garantire la Costituzione significa [...] promuovere la cultura diffusa e la ricerca di eccellenza, anche utilizzando le nuove tecnologie e superando il divario digitale”.

1.3 Due ipotesi sul divario: normalizzazione e stratificazione.

Al di là della definizione, in ogni caso, il fenomeno del divario digitale è in costante e velocissima evoluzione; un numero sempre maggiore di esperti lo sta valutando per cercare di darvi una spiegazione. Oltre alla possibilità o meno di accesso alle tecnologie, il divario digitale si esprime anche in relazione alla disuguaglianza contestuale, tra aree territoriali, ed individuale, tra cui ad esempio, in

aggiunta alla disponibilità di informazioni, anche la qualità dei mezzi tecnici e la capacità di un uso effettivo della tecnologia. L'originaria visione dicotomica del fenomeno (*information-haves e information have-nots*) è stata, quindi, oltre che progressivamente abbandonata, anche rivista, con l'aumento dei significati che hanno iniziato a ruotare attorno al divario.

Allo stato attuale, tra le varie ipotesi formulate, due sono quelle più accreditate: l'ipotesi detta della **normalizzazione** e quella della **stratificazione**, analizzate entrambe nel testo di Laura Sartori sul divario digitale.

Secondo la prima, quella della **normalizzazione**, il divario attualmente esistente verrà progressivamente superato e, man mano che la tecnologia sarà disponibile a costi minori e con interfacce più semplici, si arriverà ad un generale livellamento. Attraverso una similitudine con ciò che è avvenuto per l'uso di elettrodomestici quali la televisione, il frigorifero e la lavatrice o della stessa automobile, si può ragionevolmente prevedere che le iniziali disuguaglianze possano essere nel tempo colmate. In sostanza l'attuale divario è solo temporaneo e tenderà, quindi, ad annullarsi progressivamente con l'abbassamento dei costi delle nuove tecnologie. (Sartori, 2006, 31-37)

L'ipotesi della **stratificazione**, invece, si riferisce alla possibilità che il divario digitale si inserisca in una struttura sociale già stratificata per motivi di ordine economico, culturale e sociale, e tenda quindi ad accentuare le disuguaglianze già esistenti.

Il *Digital Divide* viene indicato, ad esempio, da Max Warschauer nel 2001 come una stratificazione sociale che diventa un *continuum* basato su differenti gradi di accesso all'informazione. Essa prevede, infatti, che chi si trova in una posizione di relativo vantaggio, consolidi, ed eventualmente riesca addirittura ad incrementare tali privilegi a svantaggio delle categorie di consumatori più lente nell'adozione delle nuove tecnologie; in tal modo non sarà mai possibile colmare le differenze tra le due diverse categorie sociali, prefigurando così l'esistenza di aree della popolazione impermeabili alla penetrazione delle nuove tecnologie.

Il *Divide*, così, non andrebbe in una sola direzione, come nella prima ipotesi, ma si svilupperebbe in modo frammentato, inserendosi tra le disuguaglianze sociali preesistenti e rafforzando:

“..quei differenziali di conoscenza (knowledge gaps) che già caratterizzano il pubblico di fronte ai media più tradizionali”

(Sartori, 2006, 32)

Secondo l'analisi svolta da Roberta Bracciale, docente di Sociologia della comunicazione presso l'Università di Pisa, nel suo “Donne nella rete – Disuguaglianze digitali di genere” del 2010, il miraggio di una “società dell'informazione per tutti” si infrangerebbe così contro l'evidenza: il cyberspazio rimarrebbe ancora una prerogativa di alcuni gruppi sociali, mentre altri rimarrebbero intrappolati fuori dalla rete.

Le indicazioni che emergono dall'analisi del contesto americano evidenziano elementi a favore di ambedue le ipotesi.

A favore della prima, quella della **normalizzazione**, si possono considerare almeno due elementi:

- l'effettiva riduzione di alcune differenze, come quelle relative al genere, alla regione geografica e all'età;
- l'adozione di Internet in tempi più recenti appartiene agli strati sociali meno privilegiati della popolazione.

Altrettanti elementi però si possono porre anche a sostegno della **stratificazione**:

- nonostante la distanza tra le diverse categorie sociali sia in parte diminuita, le donne, gli anziani e le fasce a più basso reddito faticano ancora ad accedere ad internet;
- dopo una sensibile riduzione del divario verificatasi agli inizi del 2000 in conseguenza di interventi pubblici, molti di coloro che avevano avuto la possibilità di accedere ad Internet tramite tali interventi, l'hanno dovuta abbandonare (**drop-outs**) con la giustificazione degli eccessivi costi del servizio.

Nel corso degli ultimi anni, si è andato consolidando comunque un atteggiamento abbastanza equidistante tra le due ipotesi, secondo il quale entrambe sono in parte valide ma nessuna delle due si può considerare completamente esaustiva. Di fronte alla molteplicità delle differenze che si sono progressivamente evidenziate, è plausibile immaginare che per un divario che, in base alla prima ipotesi, si assottiglia, ce sia un altro che subentra e che via via aumenta, perpetuando e consolidando in tal modo una differenza che

muterebbe solo per tipologia. In sostanza, il divario rimarrebbe anche se, nel tempo, si potrebbe modificare ed evolvere.

Per ora, comunque, sembra che gli elementi a sostegno della **stratificazione** e quindi della tendenza all'accumulazione dei vantaggi siano più numerosi rispetto a quelli che convaliderebbero l'ipotesi della **normalizzazione**. (L. Sartori, 2006, p. 5). Oltretutto l'ipotesi della stratificazione in ambito sociologico si può dire sia la più accreditata ormai, essendosi ben sposata con la teoria secondo cui l'uso delle ICT è legato ai contesti socio-politici, storici e culturali oltre che al volontarismo, inteso come la fondamentale centralità della volontà dell'individuo di utilizzare i mezzi informatici.

1.4 Analisi del Digital Divide

Tornando alla sempre più sfaccettata articolazione del divario digitale che è stato possibile osservare nel corso degli anni, oggi è possibile distinguere tre diversi tipi:

- un divario **globale**, che si riferisce alle differenze tra Paesi più o meno sviluppati;
- un divario **sociale**, che si rivolge alle disuguaglianze esistenti all'interno di un singolo Paese;
- un divario **democratico** che si può associare alla partecipazione alla vita democratica di un Paese attraverso le nuove tecnologie.

All'interno di queste tre grandi tipologie, che si basano essenzialmente sull'aver accesso o meno alla rete, occorre operare altre distinzioni basate oltretutto sulle risorse fisiche disponibili, anche

su quelle digitali, umane, sociali e istituzionali. Dall'esame di queste variabili, si arriva a definire i quattro elementi fondamentali che contribuiscono a determinare i diversi tipi di divario digitale:

- l'**accesso finanziario**, che consente di sostenere le spese per il collegamento ad Internet;
- l'**accesso cognitivo**, cioè l'abilità del soggetto di gestire in maniera adeguata lo strumento e le informazioni ottenute;
- la **produzione di contenuti on-line** e cioè la verifica che vi sia un'offerta sufficiente ad incontrare i bisogni dell'utente;
- l'**accesso politico**, ossia la possibilità per l'utente di interagire con le istituzioni che regolano la tecnologia che essi stanno utilizzando.

Appare sempre più chiaro che ci troviamo di fronte ad un fenomeno molto complesso, per studiare il quale occorre andare oltre la semplice distinzione tra accesso sì / accesso no. Bisogna aggiungere ad essa altri cinque indicatori:

1. i mezzi tecnici a disposizione e la loro qualità;
2. la competenza, o capacità, digitale;
3. il sostegno di reti sociali, ovvero la possibilità di poter contare e chiedere aiuto e informazioni ad amici, familiari o colleghi sull'uso di internet;
4. l'autonomia di uso, e cioè il luogo di accesso e la possibilità di utilizzare Internet per i propri interessi personali; se vi si accede dal posto di lavoro anziché da casa le possibilità sono senz'altro diverse;

5. la varietà di usi, ossia la gamma di attività che attraverso la rete si riescono ad intraprendere (lavoro, tempo libero, community, posta elettronica ecc.)

Data la multidimensionalità del fenomeno, gli studi sul Digital Divide differiscono in obiettivi ed approcci metodologici. Nonostante tali differenze, tutti gli studi rispondono alle seguenti domande: chi? (individui, organizzazioni, comunità, società, paesi ecc...), con quale attributi? (guadagni, educazione, collocazione geografica, età, genere, settore lavorativo, ecc...), come ci si connette, a quale tipo cioè di tecnologia? (telefono, Internet, *computer*, TV digitale, ecc...).

In questo elaborato mi occuperò nello specifico di uno di questi attributi degli utenti delle ICT: il loro genere, ed in particolare del *Gender Digital Divide*, cioè di quel fenomeno globale caratterizzato dalle differenze di accesso ed uso delle nuove tecnologie esistente tra il genere maschile e quello femminile, il cosiddetto *gap* tecnologico tra donne e nuove tecnologie rispetto agli uomini, anche a parità di grado di istruzione, età o condizione sociale.

1.5 *Il Digital Gender Gap*

1.5.1 *Dal cyberfemminismo di Donna Haraway al Digital Gender Gap*

Come già detto, questo elaborato tratterà in particolare uno dei tanti aspetti del fenomeno del *Digital Divide*: quello del genere.

Il divario di genere viene comunemente definito come la differenza di prospettive e possibilità dovute all'appartenenza ad un genere e, in ogni Paese, può essere misurato sulla base di criteri economici, politici, di salute o di istruzione. Più il divario è alto, più vuol dire che, in quella nazione, nascere uomo o donna fa la differenza, mentre il livello assoluto delle possibilità o delle condizioni di vita non è indicativo delle differenze fra uomo e donna.

Il World Economic Forum (WEF) dal 1996 monitora il divario di genere nelle principali nazioni del mondo e ne stila una graduatoria, arrivando nel 2013 a monitorare ben 136 Paesi. L'indice complessivo prende in considerazione quattro macro-aspetti (partecipazione alla vita economica/lavorativa, partecipazione alla politica, livello di salute e accesso all'istruzione), stilando per ciascuno di essi una graduatoria separata.

Gli studi di genere nel corso degli anni hanno cercato di indagare e di riflettere sui processi di costruzione delle rispettive identità di genere, maschile e femminile, nonché sui luoghi e sulle pratiche di costruzione di tali identità.

Il cosiddetto *Digital Gender Gap* (o *Gender Digital Divide*) indica il *gap* tecnologico esistente nel rapporto fra donne e nuove tecnologie rispetto agli uomini, anche a parità di livello di istruzione, di età e di condizione sociale. Molti studi ed analisi sono stati fatti soprattutto sugli aspetti culturali che condizionano in genere le donne nell'approccio e nella risposta – inequivocabilmente più lenta e difficoltosa rispetto a quella degli uomini – all'evoluzione delle nuove tecnologie.

Quindi, se si fa riferimento proprio alla nascita della tecnologia “computer”, emergerebbe una vera e propria disparità di possibilità da parte delle donne di partecipare alle dinamiche che presuppongono l'utilizzo di macchinari informatici e telematici, piuttosto che una differenza di atteggiamento o di comportamento delle stesse, rispetto agli uomini, nei confronti del computer stesso.

Così, le dinamiche nate in quel determinato momento storico e che avevano portato alla quasi totale esclusione delle donne dal mondo delle nuove tecnologie, si sono poi quasi pedissequamente riproposte, con tutto il bagaglio di pregiudizi e stereotipi che le avevano accompagnate, nella modalità di utilizzo delle tecnologie stesse.

Il problema in fondo non stava:

“nella paura delle donne di usare il computer, ma semplicemente nel fatto che sono mancati programmi sufficientemente interessanti per loro. Voglio dire che in fondo, quando è cominciata la cultura del computer, si è trattato fin dall'inizio di una cultura e di macchinari elaborati dagli uomini per gli uomini, dagli ingegneri per gli ingegneri”.

(Sherry Turkle, Il computer-linguaggio discrimina le donne” in La Repubblica.it, 31 maggio 1999
<http://www.repubblica.it/online/internet/mediamente/turkle/turkle.it>)

Il rapporto tra genere e tecnologie e, soprattutto tra donne e nuove tecnologie, è un argomento che negli ultimi decenni è stato molto discusso: molti spunti di riflessione sul tema della questione della disparità di accesso alle tecnologie informatiche in relazione

all'appartenenza di genere sono stati offerti dal movimento cyberfemminista, nato in America a metà degli anni '80. Una prima lettura si deve, quindi, al contributo degli studi femministi.

Il termine cyberfemminismo si riferisce ad una pluralità di pratiche, teorie e dibattiti inerenti al rapporto tra *gender* e sviluppo delle nuove tecnologie e della cosiddetta “cultura digitale”.

Grazie alla prospettiva offerta dai *Social Studies of Technology* infatti, sono emersi degli evidenti parallelismi tra la costruzione sociale delle nuove tecnologie e la costruzione sociale del *gender*: le teoriche del cyberfemminismo hanno cominciato ad indagare su questo parallelismo, partendo dal presupposto che le tecnologie sono *engendered*, quindi prodotte, veicolate e consumate all'interno di una rete complessa di relazioni storico-sociali, all'interno delle quali vengono influenzate tanto le relazioni di genere, quanto le condizioni di esistenza stessa delle donne.

La prospettiva cyberfemminista, teorizzata *in primis* da Donna Haraway nel suo “A Cyborg Manifesto: Science, Technology and Socialist-Feminism in the late Twentieth Century” del 1985, ha una visione quasi utopistica delle nuove tecnologie, che vengono considerate come potenziali veicoli di dissoluzione delle strutture di “sesso” e “genere”. Per Donna Haraway, e per le altre teoriche del cyberfemminismo, la collocazione storica della donna negli ambienti della casa, del mercato, del lavoro e delle istituzioni, viene ampiamente superata dallo sviluppo delle tecnologie, che rendono obsolete tutte le relazioni sociali conseguenti.

Il *cyborg* diventa quindi, in questa prospettiva, l'esempio del superamento dei dualismi in cui si trova intrappolata la società occidentale: nell'ottica di genere, la metafora del *cyborg* starebbe a significare la nascita di un modello di donna altamente tecnologizzata, capace di manovrare qualsiasi strumento al proprio servizio. Dalla sua analisi, la studiosa americana fa emergere la necessità, per le donne, della definitiva assunzione della responsabilità di relazionarsi in prima persona con le scienze e la tecnologia, rifiutando nel modo più assoluto tanto la metafisica antiscientifica quanto la demonizzazione della tecnologia. Questa, infatti, è in grado di offrire non solo un miglioramento del vissuto quotidiano, ma addirittura gli strumenti per stravolgere le strutture di dominio esistenti, e quindi il superamento di quel sistema dualistico in cui, come donne, siamo state costrette ad interpretare il reale.

“Donna Haraway ha davvero dato inizio a una nuova forma di coscienza femminista, che accoglie la tecnologia e mostra un modo di essere femminista senza per questo dover rifiutare la tecnologia.”

(idem)

Il *cyberspace* diventa quindi il luogo di azione del cyberfemminismo, dal momento che esso, come afferma Rosi Braidotti, una delle principali studiose italiane ad aver analizzato il fenomeno, cerca di utilizzare le nuove tecnologie a favore delle donne. E' a partire da questa visione che la Braidotti propone alle donne, nel suo testo “Madri, mostri e macchine” del 1996, di incarnare, oltre alla maternità e alla mostruosità, anche la macchina: «prestarsi al gioco di ridefinire sia le tecnologie attuali sia

l'immaginario che le sostiene». Creare un legame tra femminismo e tecnologia, giocare con l'idea di un corpo-macchina è certamente un rischio e non dà alle donne la certezza di uscire vincitrici da questa sfida, anche se

“il gioco ormai è ben avviato e la marcia dei nuovi soggetti mostruosi mi pare inesorabile e soprattutto allegra, nel suo desiderio prorompente di uscire dall'immaginario putrefatto del vecchio patriarcato: un immaginario che la bellezza del corpo mostruoso non l'aveva proprio concepita.”

(Braidotti, 1996, 14)

L'enfasi, a tratti eccessiva, posta dalla prospettiva cyberfemminista sul potenziale liberatorio delle nuove tecnologie, appare tuttavia animato da un ingenuo essenzialismo, che sconfinava spesso e volentieri nel determinismo tecnologico, riducendosi ad una celebrazione della libertà senza limiti del cyberspazio; anche la natura etica, politica ed epistemologica della teoria del *cyborg* di Donna Haraway perde a poco a poco la sua forza critica per diventare poi un simbolo di una più generica utopia post politica, e quindi post femminista.

Lo sviluppo del cyberfemminismo come movimento va, a mio parere, letto alla luce degli eventi storici e politici che hanno caratterizzato gli anni successivi alla sua nascita: l'avvento degli anni '90 e della recessione infatti, spazza via l'ondata di ottimismo e di speranza verso il futuro che aveva caratterizzato il decennio precedente. Gli effetti dell'economia della recessione, che è

un'economia fatta di contraddizioni, cambiano in maniera irreversibile l'assetto sociale, culturale ed economico dei paesi industrializzati che ne vengono colpiti. L'esposizione al mutamento delle condizioni economiche, politiche e socio-culturali del mondo che lo circonda, e in cui si trova a dover lottare per sopravvivere, influenza molto il movimento cyberfemminista: le sue teoriche si trovano quindi a domandarsi dove si collochi, e che ruolo abbia, il femminismo all'interno del cyberfemminismo.

Una risposta a questa domanda cercano di darla trenta studiosse che, nel settembre 1977, si sono ritrovate a Kassell, in Germania, per dar vita alla prima Internazionale Cyberfemminista: le teoriche del movimento durante i vari incontri tentarono di definire il cyberfemminismo attraverso la modalità del rifiuto (NON è una frontiera, NON è un'ideologia, NON è una moda ecc...), in un'ottica quindi di rifiuto nei confronti del femminismo "vecchio stile", e di incorporare, attraverso strategie avanguardistiche, le lezioni del passato all'interno di politiche attiviste adeguate ad indirizzare le *issues* delle donne nella nuova cultura tecnologica dominante.

Indubbiamente, però, un ruolo importante per la costruzione del soggetto-donna che prende le distanze dal ruolo capestro impostole dalla cultura maschile è stato giocato dalle nuove tecnologie relative ai mezzi di comunicazione, in particolare il computer ed Internet, che hanno profondamente contribuito alla trasformazione della società. E le esponenti del cyberfemminismo sono state tra le prime a riconoscere le potenzialità di questi strumenti, ponendosi come obiettivo quello di avvicinare le donne alle nuove tecnologie per

permettere loro di acquisire quelle conoscenze indispensabili per poter rendersi soggetti attivi e non solo spettatrici nella realtà virtuale, modello di donna comunque ancora lontano da quello teorizzato di donna altamente tecnologizzata in grado di manovrare qualunque strumento al proprio servizio: lontano cioè da quella visione ottimistica che individuava nelle *web-based-technologies* un potenziale liberatorio per le donne.

Come già detto, quindi le ICT hanno profondamente stravolto le tradizionali forme di comunicazione e di socializzazione degli individui, creando quei cambiamenti a livello sociale che hanno determinato il nascere del cosiddetto *Digital Divide*, nello specifico per quanto riguarda i soggetti analizzati, il *Gender Digital Divide*. Nonostante negli ultimi anni il processo di informatizzazione femminile sia diventato maggiore e la partecipazione femminile sia notevolmente aumentata, esiste ancora un marcato distacco tra gli utenti di Internet in termini di genere.

Sicuramente il rapporto tra donne e tecnologie è in continuo sviluppo e dunque cambia di anno in anno, in quanto Internet significa comunicazione, collaborazione, tessere relazioni sui più importanti *social network*, navigare sulle piattaforme *e-commerce*, e tutte queste attività sono molto consone al genere femminile e fungono da stimolo per affrontare la sfida delle nuove tecnologie.

Le donne stanno diventando sempre di più delle internaute provette, costantemente aggiornate, si dotano dei più recenti mezzi *high-tech*, creano *blog* dai contenuti più svariati, dalla politica alla cucina, sono insomma alla continua ricerca di scambi e di

informazioni. Si può quindi a ragione affermare che le donne si stanno rivelando sempre più protagoniste in rete e sempre più esperte.

Dalla pubblicazione di “A Cyborg Manifesto” di Donna Haraway ad oggi, molti cambiamenti economici, socio-culturali ed economici sono intercorsi nelle società occidentali, e l'avanzata delle nuove tecnologie, con il *Web 2.0* in testa, ha rivoluzionato non solo molti aspetti della nostra vita quotidiana, ma anche l'assetto socio-culturale ed economico del mondo in cui viviamo, nonché il mondo del lavoro.

Cosa è successo quindi dopo il *boom* tecnologico? La tanto auspicata riduzione delle differenze di genere attraverso le nuove tecnologie è stata possibile nelle società occidentali? Evidentemente no, come testimonia già anche solo l'esistenza di un *Digital Gender Gap*.

I dati ISTAT che analizzerò nel paragrafo successivo confermano che effettivamente le donne, anche in Italia, restano qualche passo indietro rispetto agli uomini nell'approcciarsi alle nuove tecnologie. Parlo di “approccio” e non di “accesso” in quanto, come afferma Roberta Bracciale, professoressa di Sociologia a Pisa, in “Donne nella rete: disuguaglianze digitali di genere”, risulta semplicistico affermare che l'omogeneità nell'accesso comporti necessariamente una già avvenuta conquista della “parità digitale”.

Bisogna quindi tentare di andare oltre il mero dato quantitativo di “quanti/e” sono *online*: è interessante invece verificare “come” sono *online*, adottando un approccio volto ad analizzare il radicamento e

modellamento sociale della tecnologia, col fine di stimare quanto la non avvenuta conquista della parità digitale influisca sul “divario di genere”, inteso come differenza di prospettive e possibilità dovute all'appartenenza ad un genere.

1.5.2 Il Digital Gender Gap Report 2013

Come già affermato precedentemente, il divario digitale di genere è un fenomeno che non colpisce solo i paesi sottosviluppati, in cui le difficoltà di accesso sono per lo più causate da motivi economici, o i paesi in cui, per motivi culturali e religiosi, le donne sono relegate ai margini della società: il fenomeno interessa infatti anche i paesi occidentali più sviluppati, tra cui l'Italia.

Dal 2005 l'Istat ha stilato un rapporto annuale sul rapporto tra cittadini e nuove tecnologie, i cui dati vengono raccolti nell'ambito dell'indagine campionaria sulle famiglie “Aspetti della vita quotidiana”, che fa parte di un sistema integrato di indagini sociali (Indagini Multiscopo), ed è volta a descrivere le abitudini e gli stili di vita dei cittadini.

Nel modulo “Uso delle nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione da parte di famiglie ed individui” è quindi possibile trovare il report “Cittadini e nuove tecnologie”.

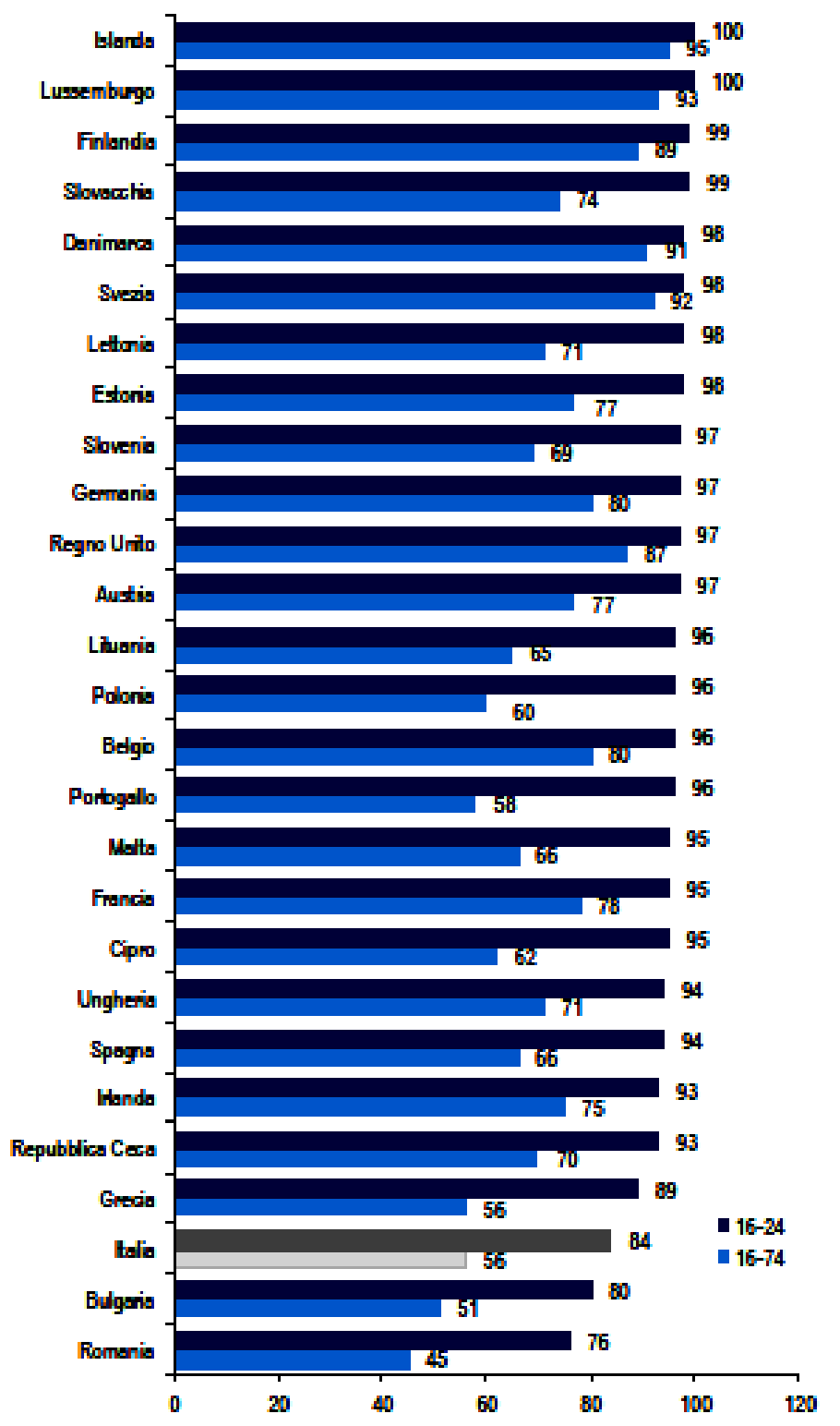
Nel 2014 questa indagine è stata svolta su un campione di circa 19 mila famiglie, per un totale di quasi 15 mila abitanti: le informazioni raccolte forniscono un quadro esaustivo sull'accesso e l'utilizzo delle

nuove tecnologie da parte delle famiglie e degli individui.

L'Italia, all'interno del quadro europeo, si presenta in una posizione nettamente svantaggiata per quanto riguarda il rapporto tra i suoi cittadini e le nuove tecnologie.

Considerando la percentuale di individui tra i 16 e i 74 anni che si sono connessi regolarmente ad Internet, infatti, emerge che a fronte di una media europea pari al 72% e a paesi come Svezia, Olanda, Lussemburgo che hanno raggiunto dei livelli prossimi alla saturazione, l'Italia si posiziona solo al terzultimo posto della graduatoria, internazionale, con un valore pari al 56% (equivalente al valore registrato per la Grecia). (V. GRAFICO 1)

[GRAFICO 1] PERSONE DI 16-74 ANNI CHE HANNO USATO INTERNET REGOLARMENTE NEGLI ULTIMI 3 MESI - Anno 2013, valori per 100 persone di 16-74 anni¹



Q

¹ Fonte: Rapporto ISTAT Anno 2014 *Cittadini e nuove tecnologie* (per maggiori approfondimenti si rimanda al sito web: <http://www.istat.it>)

Questo andamento si registra anche per i giovani tra i 16 e i 24 anni, che dovrebbero rappresentare il segmento più “incluso” nel mondo digitale, in quanto per loro le ICT svolgono un ruolo centrale nella costruzione di una vita sociale, culturale e professionale: se nei paesi del Nord Europa la quasi totalità dei giovani tra i 16 e i 24 anni naviga regolarmente sul *Web*, in Italia la percentuale è ancora dell'84%.

Il dati italiani del 2014, se confrontati con quelli del 2013, mostrano un quadro se non positivo quanto meno in miglioramento: rispetto all'anno precedente è infatti aumentata la quota di famiglie che dispongono di un accesso ad Internet da casa e di una connessione a banda larga (rispettivamente dal 60,7% al 64% e dal 59,7% al 62,7%), per alcuni beni tecnologici si è ridotto il divario tra le famiglie in cui il “capofamiglia” è un imprenditore, o un libero professionista, e quelle in cui è un operaio. Restano tuttavia accentuati due tipi di divario: quello geografico, sul territorio (le famiglie del Centro-Nord che dispongono di un *personal computer* e di un accesso a Internet sono rispettivamente il 66% e il 66,6% di contro al 57,3% e 58,3% delle famiglie del Mezzogiorno), e quello di genere.

I dati più eclatanti, per quanto riguarda il divario di genere, sono quelli sull'utilizzo del personal computer e dell'accesso ad Internet. Infatti utilizza il personal computer il 59,3% degli uomini di contro al 50,2% delle donne, e naviga su Internet il 62,3% degli uomini, a fronte del 52,7% delle donne: stiamo parlando di un divario di quasi 10 punti percentuali.

Tale divario di genere è presente, se non accentuato, quando si parla di *skills* informatici complessi: attività come configurare un *software*, scrivere un programma per computer utilizzando un linguaggio di programmazione, modificare o verificare i parametri per configurare un *software*, risultano essere quasi una prerogativa degli uomini. Anche nel possesso di *e-skills* le donne occupano posizioni di retrovia; se le differenze risultano essere minime nell'utilizzo elementare di Internet, come ad esempio l'uso della posta elettronica, dei motori di ricerca o delle *chat online*, le distanze con gli uomini diventano maggiori man mano che le operazioni da effettuare diventano più complesse. Ad esempio, il 33,4% degli uomini sa modificare le impostazioni di sicurezza del *browser* per accedere ad Internet, a fronte del solo 21,8% di donne.

Questi dati sembrano confermare l'ipotesi portata avanti dal filone di ricerca "*Gender & technology*", i cui teorici affermano che il *quid* del divario digitale di genere risieda nella costruzione sociale dei concetti di genere e tecnologia: il rapporto tra donne e tecnologia dipenderebbe quindi dai contesti nei quali si sviluppano le pratiche di relazione e interazione di genere. L'alfabetizzazione tecnologica non è assolutamente una conseguenza diretta e spontanea della diffusione delle nuove tecnologie, ma va inserito in un processo più ampio di sviluppo culturale.

CAPITOLO II

DONNE E AREE STEM

2.1 Il Digital Gender Gap in Europa

In realtà le statistiche dicono che gran parte degli abitanti del pianeta sono ancora “fuori rete”, vivono ancora cioè nell'era precedente, in un mondo *off-line*, disconnessi dall'universo digitale: secondo i dati di Internet World Stats poco più del 40% della popolazione della terra è connesso, con un divario enorme tra i Paesi del Nordamerica (87,7%) e quelli dell'Africa (26,5%).

La stima più recente evidenzia la penetrazione globale della Rete al 40,4% della popolazione del pianeta e stima i disconnessi a circa 4 miliardi, cioè la maggioranza, concentrata prevalentemente nelle aree più povere, a riprova che il *Digital Divide* è sempre più una nuova forma di diseguaglianza. Non avere accesso a Internet crea un dislivello sempre più ampio e ricco di conseguenze sia in termini di conoscenza che di modernità, di qualità dell'istruzione e di vere e proprie opportunità personali.

Il *Digital Divide* può essere connotato in vari modi, dato che il potenziale informativo dei dati a disposizione è sempre più ampio, in quanto è stata riconosciuta la molteplicità delle analisi possibili per questo complesso fenomeno sociale: può essere connotato infatti come divario geografico, demografico, economico, di genere, o di altro

ancora.

All'interno dell'Unione Europea si è molto discusso delle tematiche riguardanti il *Digital Divide*: la presa di consapevolezza da parte dei capi di governo della necessità di investire in idee e in azioni per promuovere l'accesso alla Società dell'Informazione risale alla conferenza di Lisbona del marzo 2000. Nell'ambito della conferenza, il Consiglio europeo diede impulso ad un programma d'azione denominato *eEurope – Una società dell'informazione per tutti*, con lo scopo di garantire un accesso attivo e partecipe di tutti i cittadini dell'Unione Europea alla Società dell'Informazione, attraverso politiche di *eInclusion* (inclusione digitale).

Il programma constava di tre finalità specifiche:

1. garantire l'assenza di un divario tra coloro che hanno accesso alle tecnologie digitali e coloro che invece ne sono esclusione
2. colmare gli eventuali divari esistenti offrendo a tutti la possibilità di accedere a Internet
3. fornire un approccio in grado di soddisfare le necessità e le esigenze di specifici gruppi sociali.

Un'attenzione particolare quindi era rivolta a chi facesse parte di gruppi sociali ad alto rischio di esclusione, con maggiori difficoltà di accesso alle ITC.

Per quanto riguarda il divario di genere, il tema è stato dibattuto ad Atene nel 2003, in un'importante conferenza promossa dalla Direzione Generale Occupazione e Affari sociali della Commissione europea: si è parlato in particolare delle implicazioni relative alle scelte scolastiche, quindi dei percorsi formativi, del mercato del lavoro,

dell'accesso ai settori legati alle ITC.

Alla conferenza è seguita poi una risoluzione del Parlamento Europeo su “le donne nella Società dell'Informazione”, in cui si afferma come sia riduttivo concentrarsi solo ed esclusivamente sull'aspetto legato allo sviluppo economico delle ICT, se poi questo sviluppo non è accompagnato da valutazioni di impatto sociale e da adeguate politiche che incentivino la parità di diritti di donne e uomini al fine di permettere l'acquisizione delle competenze necessarie per la “società del sapere”.

Il Consiglio dell'Unione Europea, a seguito della pubblicazione di questa risoluzione, si è quindi assunta l'impegno di spronare gli Stati membri e la Commissione europea tramite la Risoluzione “sulla parità di accesso e di partecipazione delle donne e degli uomini alla società dei saperi per la crescita e l'innovazione”, con la finalità di promuovere una maggiore partecipazione femminile ai percorsi formativi e ai settori lavorativi legati alle ITC, combattendo ogni forma di stereotipo.

L'opera iniziata con il programma *eEurope* è stata in seguito portata avanti da un'altra iniziativa lanciata dalla Commissione europea, che sta ormai volgendo al termine: *i2010 – Una società europea dell'informazione per la crescita e l'occupazione*. La strategia europea promossa tramite questa iniziativa si concentra sul tema della convergenza digitale: obiettivo fondamentale del programma è la realizzazione di una Società dell'Informazione e dei *Media* basata sull'inclusione, il che significa poter avere una società capace di offrire

servizi pubblici efficienti e in grado di migliorare la qualità della vita dei cittadini, anche attraverso progetti in materia di pari opportunità di accesso che promuovano la coesione sociale.

Le stesse istituzioni europee, quindi, si sono rese conto di quanto sia semplicistico e alla lunga errato parlare di un'avvenuta conquista delle pari opportunità digitali da parte delle donne, in quanto spesso si confonde la dimensione dell'accesso alla rete con le competenze e l'utilizzo che uomini e donne fanno di Internet.

Come afferma Laura Sartori, infatti, è necessario

“far emergere le differenze per cogliere le disuguaglianze ad esse sottese; quelle differenze legate al sesso che diventano disuguaglianze nel momento in cui comportano una discriminazione nell'accesso alle risorse economiche, politiche, sociali e condizionamenti culturali che intralciano il perseguimento degli obiettivi di autorealizzazione”

(Sartori, 2006, 28)

Come anticipato nel primo capitolo, il fenomeno chiamato *Digital Divide* è in continuo sviluppo ed evoluzione: le riflessioni sul divario si sono progressivamente allontanate dalla semplicistica polarizzazione tra *information haves* e *information have nots*, abbandonando quindi una lettura associata esclusivamente alle “possibilità di accesso/non accesso” a Internet, e l'attenzione si è spostata invece su “cosa fanno le persone, e cosa sono capaci di fare, quando si connettono” (DiMaggio, Hargittai, 2001, 4).

Ciò che emerge da questa riflessione è che l'elemento di discriminazione ormai non deriva più soltanto dalle possibilità di accesso alla rete, bensì dai diversi usi della rete stessa; usi che sono strettamente correlati alle capacità e agli interessi dei singoli, oltre che alla semplice disponibilità di infrastrutture personali e/o ambientali. E le donne sono state indicate già durante la Conferenza di Riga del 2006 (*European Commission, 2006*) come uno dei “gruppi a rischio” di esclusione digitale e

“...sebbene siano generalmente etichettate come le “più incluse tra gli inclusi”, i dati europei mostrano come continuano a soffrire evidenti distacchi digitali rispetto alla componente maschile della popolazione”

(Bracciale, 2010, 43)

Il *Digital Competitiveness Report* (European Commission 2010b) conferma che ancora nel 2009 si possono rilevare ben 10 punti di percentuale di distanza tra uomini e donne e, in questo contesto, l'Italia si colloca in una situazione di disparità digitale maggiormente rilevante e discriminante: se il valore del cosiddetto indice di Riga per le donne è pari ad un punteggio di 0,95, nella media dell'Unione Europea, questo punteggio in Italia si rivela essere il più basso in Europa, con un valore totalizzato dalla popolazione femminile pari ad uno 0,88.

2.2 Accesso delle donne nelle “aree STEM”

In tutti i paesi occidentali e soprattutto tra diverse realtà

socio-territoriali si può parlare, secondo Roberta Bracciale, docente di Sociologia della comunicazione all'Università di Pisa, di squilibri importanti se non addirittura di una vera e propria chiusura dei *gap* digitali tra uomini e donne. Le condizioni che determinano un *gap* tecnologico così consistente si possono ricercare in una bassa scolarizzazione, nella mancanza di un *computer*, nella mancanza di tempo per imparare ad usarlo (familiarizzare con la tecnologia richiede tempo e il modello socio culturale della famiglia non prevede in genere un'equa condivisione degli impegni familiari con il partner), infine nella esclusione da una rete di relazioni sociali che possa incoraggiare l'approccio alla tecnologia.

Sempre secondo l'analisi della Bracciale, il fenomeno del rapporto tra le donne e la tecnologia può essere inquadrato grazie ad alcune coordinate rintracciabili nei tre filoni di ricerca che si sono occupati di questo tema: VEDI PAG: 28

In un'era in cui la rivoluzione digitale sta cambiando i lavori del futuro a ritmi estremamente rapidi, emerge l'importanza delle cosiddette “aree STEM” (acronimo che sta per “*Science, Technology, Engeneering & Math*”).

Il fenomeno della digitalizzazione apre nuove strade e nuove opportunità in ambito lavorativo: a guidare il cambiamento sono algoritmi, formule fisiche e “nuvole” informatiche. Considerato che l'economia del XXI secolo è per lo più trainata dai settori delle infrastrutture, della salute, dell'energia, è facile rendersi conto delle tante opportunità offerte alle persone in possesso di adeguate competenze tecnico-scientifiche.

Secondo una ricerca dell'*Economic Modelling Society*, si stima che in America il 27% del totale dell'occupazione generata nei prossimi tre anni arriverà da discipline connesse a scienze, tecnologia, ingegneria e matematica.

L'Europa non è da meno: la Fondazione Bruegel di Bruxelles (*Brussels European and Global Economic Laboratory*), uno tra i più importanti *think tank* politico-economici internazionali, profondamente attenta all'analisi della crisi economica nell'eurozona, ha infatti reso noto che ben il 50% dei posti di lavoro è a rischio sostituzione con i computer.

Ma i *computer* non lavorano da soli: servono professionisti specializzati che li facciano funzionare, e la “STEM-generation”, secondo molti analisti del settore, sarà il carburante che permetterà di aumentare progressivamente la platea degli “inclusi digitali” e che darà un colpo d'acceleratore decisivo per colmare questo *gap*.

Il mondo di Internet diventerebbe così il regno dell'uguaglianza di genere, permettendo di raggiungere e conquistare le pari opportunità digitali da parte delle donne.

Negli ultimi anni, però, si è molto parlato della crisi del settore legato alle aree STEM, crisi dovuta principalmente ad una carenza di nuove reclute nei campi della scienza, tecnologia, ingegneria e matematica. Lo confermano i dati sulla disoccupazione giovanile e il fatto che le aziende lamentino la difficoltà di reperire risorse umane qualificate e adeguatamente formate.

La prima soluzione a questa problematica è stata individuata nell'investimento sulla formazione: agire mentre i giovani sono ancora a scuola, con programmi didattici in linea con le richieste del mercato,

potrebbe a lungo andare ridurre questo *skill gap*.

Non a caso l'America, motore globale dell'*hi-tech*, ha deciso di puntare tutto sui campioni dello STEM, ossia sulle facoltà tecnico-scientifiche: la Casa Bianca ha infatti concentrato i piani di incentivazione allo studio proprio su queste facoltà, stanziando ben 2,6 miliardi di dollari nel 2014 come investimento.

I risultati non sono tardati ad arrivare: le iscrizioni alle facoltà delle aree STEM sono cresciute di circa il 48% negli ultimi anni. Il boom delle iscrizioni, peraltro, sembra essere soltanto la punta dell'*iceberg*: negli Stati Uniti i laureati in facoltà tecnico-scientifiche trovano lavoro in metà tempo rispetto ai laureati in altre discipline, e, secondo le statistiche, guadagnano anche molto di più rispetto ai loro colleghi.

In Europa si può dire che si ricalchino le stesse orme degli Stati Uniti: all'inizio del 2014, ad esempio, il governo britannico aveva annunciato di voler immettere altri 50 milioni di sterline per ogni anno accademico ai fini del sostegno alle aree STEM.

L'Italia in questo contesto non fa eccezione, ma si trova ancora una volta un passo indietro, anche per fattori endogeni: la disoccupazione giovanile si attesta su valori che si stima siano intorno al 40%, e inoltre resistono le molte “baronie” che sembrano impermeabili alle nuove tecnologie. Il nostro Paese sta però facendo passi avanti, e stanno cominciando a sorgere e a svilupparsi piccole aree STEM (il Politecnico di Milano per il *placement* e quello di Torino *in primis*) che si stanno confermando come promettenti fabbriche di lavoro.

I sostenitori dell'importanza delle aree STEM continuano a ritenere che una nazione che voglia rimanere competitiva a livello globale debba puntare senza esitazioni sulle materie STEM, perché offrono maggiori possibilità di impiego e perché, in tempi di crisi economica, il titolo di studio è diventato ancora più importante soprattutto nella materia della laurea. Questo perché, se è vero e chiaro a tutti che nessuna materia di studio prepara per una sola professione, è altrettanto vero che il bagaglio di conoscenze proprio dei settori STEM permetterà di trovare lavoro prima e di avere una migliore remunerazione.

I detrattori, o per lo meno, i critici delle aree STEM sostengono invece che questi argomenti contengono un vizio di fondo, perché aumentare il numero di studenti in queste aree non fa altro che inondare il mercato di laureati nelle stesse materie, riducendo concorrenza e stipendi. E tutto questo non permette di uscire dalla crisi economica.

Un giornalista del *New Scientist*, Michael Brooks, ha recentemente scritto un articolo aprendo un vero e proprio dibattito sulla necessità di puntare su menti agili e creative e non sulle competenze scientifiche per rilanciare l'economia.

Dibattito in cui si sono inseriti molti analisti del mercato del lavoro con tesi sostenute da tempo, prima fra tutti quella del premio Nobel per la medicina James Watson, uno dei più importanti scienziati del ventesimo secolo, (ha contribuito alla scoperta della struttura del DNA), secondo cui invece di pensare a produrre scienziati o ingegneri bisognerebbe concentrarsi semplicemente sullo “sfornare menti agili”.

Un'analisi più approfondita del contesto universitario e lavorativo relativo alle aree STEM, tuttavia, ci mostra in ogni caso che le differenze di **genere** nella formazione tecnico-scientifica sono ancora presenti.

“Per una volta non stiamo affrontando un tema specifico del nostro Paese, bensì un problema che si sta riscontrando in modo generalizzato in tutti i Paesi. C’è una forma di abbandono da parte della popolazione scolastica e universitaria femminile dei percorsi tecnico scientifici che rischia di mettere in discussione tutti i discorsi sull’uguaglianza di genere”, spiega Roberta Cocco, direttore Corporate Social Responsibility and National Development i Microsoft Italia e coordinatrice dell’iniziativa “La nuvola rosa”, una tre giorni di informazione e sensibilizzazione sulle differenze di genere nella formazione tecnico scientifica tenutasi a Firenze nel maggio del 2014.

In un periodo storico in cui le organizzazioni pubbliche e private di tutto il mondo stanno affrontando una trasformazione digitale, le donne, e soprattutto le ragazze, quelle appartenenti alla fascia di età dai 18 ai 24 anni, e cioè sia le studentesse che stanno per lasciare la scuola superiore e dunque devono decidere il loro futuro formativo, sia le studentesse universitarie, rischiano di essere tagliate fuori da questo percorso evolutivo spesso a causa di scelte formative che tendono ad escludere alcuni settori e competenze specifiche proprie delle aree tecniche e scientifiche.

In un articolo uscito circa un anno fa sul New York Times (*How to get girls into coding*”), Nitasha Tiku, una giovane giornalista americana, ha mostrato i dati relativi al *gap* di genere nell'ambito della formazione tecnico-scientifica: nel 2013 negli Stati Uniti, soltanto il 18,5% dei ragazzi che hanno sostenuto il test AP (ossia l'*Advanced Placement examination*, che serve per entrare al *college*) in facoltà di informatica e *computer science* erano di genere femminile.

Sempre nel 2013, le donne laureate in informatica erano solo il 14% del totale: dato che inquieta ancora di più se si pensa che nel 1984 questa percentuale si attestava attorno al 36%. Nonostante negli ultimi anni quindi la partecipazione femminile sia notevolmente aumentata, esiste ancora un notevole distacco in termini di genere nel percorso femminile nelle ICT.

Questo forte sbilanciamento peraltro è presente anche nel mondo del lavoro: l'anno scorso Google ha reso noto che solo il 17% dei suoi dipendenti è di genere femminile.

E così *Science, Technology, Engineering, Mathematics* sembrano allontanarsi sempre di più dai percorsi formativi delle ragazze in tutto il mondo.

2.3 Progetto NERD?

L'informatica è una materia creativa ed interdisciplinare ed ha cambiato radicalmente il mondo in ogni suo settore, lavorativo e sociale, modificando la vita di tutti. Nel panorama attuale, possiamo

dire che non solo i Paesi anglosassoni si sono dati da fare per cercare di far avvicinare le ragazze allo studio di discipline inerenti alle aree STEM: anche in Italia finalmente qualcosa si sta muovendo.

Molti sono i progetti nati negli ultimi anni che hanno come obiettivo quello di colmare questo *gap* di genere puntando sulle nuove generazioni; uno fra tutti è il progetto NERD? (acronimo di Non E' Roba per Donne?), lanciato nel 2014 dal Dipartimento di Informatica dell'Università "La Sapienza" di Roma, con il supporto e la collaborazione di IBM Italia.

L'iniziativa ha come scopo principale quello di promuovere gli studi delle tecnologie informatiche fra le studentesse delle scuole superiori, confutando in questo modo l'idea diffusa che l'informatica non sia una scienza adatta agli studenti di genere femminile. Il progetto ha avuto molto successo e un notevole riscontro di partecipazione nelle scuole superiori: giunto, pertanto, attualmente alla seconda edizione, ha coinvolto quest'anno, oltre al Dipartimento di Informatica de "La Sapienza" e ad una azienda quale l'IBM, anche il Dipartimento di Informatica, Sistemistica e Comunicazione dell'Università di Milano-Bicocca.

Il programma si articola in diversi incontri, alcuni conoscitivi, durante i quali studentesse, ricercatrici, imprenditrici ed impiegate raccontano del loro lavoro, delle loro ricerche, delle loro passioni ed ambizioni, ed altri invece pratici, in cui le studentesse delle ultime classi delle scuole superiori sono chiamate a confrontarsi in prima persona con strumenti informatici quali AppInventor, strumento creato

da Google e ora di proprietà dal M.I.T., il Massachusetts Institute of Technology, (<http://appinventor.mit.edu>), per imparare in maniera semplice, veloce e divertente a programmare progettando *app*. Questo strumento è in pratica un ambiente di sviluppo creato soprattutto per persone che intendano programmare semplici applicazioni per *android* ad uso personale.

Così, dalla creatività di queste ragazze sono nate *app* per scegliere ed ascoltare musica, cercare nuove ricette e scambiare libri, giochi o guide turistiche alternative ed innovative.

Gli incontri sono progettati come una vera e propria *full immersion* nel mondo delle donne che ce l'hanno fatta nel mondo del lavoro, delle donne che sono chiamate ogni giorno ad affrontare continue e molteplici sfide continuando a credere con passione nella tecnologia e nell'innovazione: donne che raccontano la propria storia, spiegando perché hanno deciso di intraprendere una carriera nel mondo del *tech*, un mondo nel quale per loro le sfide sono ancora più grandi e difficili.

Durante questi incontri, quindi, oltre ad ascoltare le storie di chi ha lasciato un segno indelebile nella storia dell'informatica, a partire dalla mitica Ada Byron Lovelace, “la fata informatica”, ossia la prima programmatrice di *computer* della storia a Grace Hopper, una pioniera della programmazione informatica, laureatasi in matematica a Yale nel 1934, sino ai giorni nostri a Susan Care, colei che ha inventato e disegnato la maggior parte delle icone che ci accompagnano sullo schermo del pc tutti i giorni (il cestino, la cartella, il pennello, il documento etc.), si potrà toccare con mano come l'informatica sia un

grande strumento per poter trasformare un'idea brillante in una storia di successo.

Da qui il ruolo dell'IBM Italia, che con la sua piattaforma di spicco, il *cloud* Bluemix, permette di imparare le basi per sviluppare le proprie *app* direttamente su *cloud*.

Se infatti qualche anno fa l'informatico era una figura, ovviamente maschile, dotata di logica, metodo e precisione, con nozioni di elettrotecnica, fisica e meccanica, oggi è considerato un vero e proprio artista moderno. E negli incontri progettati da IBM con l'ausilio dell'Università di Milano Bicocca, svoltisi a partire da marzo di quest'anno, le studentesse potranno ascoltare le storie delle donne *HiTech*, di quelle donne cioè che hanno potuto realizzare un'idea brillante trasformandola in una piattaforma, o in una *community* o in una *startup* di successo.

Non solo, ma potranno cimentarsi, suddivise in gruppi e in laboratori, ad utilizzare Appinventor, lo strumento che permette di imparare in maniera veloce e semplice a progettare *apps*, per costruire animazioni o giochi, disegni, applicazioni che possano comunicare con il *web*, sensori e riconoscitori vocali e tanto altro ancora.

I progetti presentati vengono valutati poi da una commissione composta dalle volontarie ricercatrici del team IBM Women in Technology, da *tutor* ed esperti di laboratorio del Dipartimento di Informatica sistemistica e comunicazione dell'Università di Milano-Bicocca e dai rappresentanti di IBM Italia, al fine di premiare i progetti che si distinguono per maggiore creatività, innovazione e valore tecnologico.

Tutto per coinvolgere le studentesse nel mondo dell'informatica, appassionandole alle sfide intellettuali ed alle opportunità che questa scienza può offrire alle donne.

Le *app* hanno rivoluzionato, grazie anche a ricercatrici e ad imprenditrici, in tutto il mondo le vite di persone e potenziali clienti, creando milioni di posti di lavoro, e perché tutto questo settore quindi deve essere precluso all'universo femminile? Perché- come dice il progetto – Non E' Roba Per Donne?

CAPITOLO III

UN FOCUS SU IBM ITALIA

3.1 Il soffitto di cristallo

Analizzando a fondo i dati europei più recenti sul Digital Gender Divide, e confrontandoli con quelli riguardanti sia il divario di genere in ambito lavorativo che l'accesso delle studentesse alle facoltà universitarie delle aree STEM, appare chiara l'esistenza di un legame tra i tre fenomeni. Uomini e donne fanno effettivamente un utilizzo diverso delle nuove tecnologie, e questo si ripercuote sulle scelte universitarie prima, e sull'accesso nel mondo del lavoro poi.

Ne derivano come diretta conseguenza le differenze salariali (ma non solo) tra uomini e donne e il *gap* non si limita affatto agli USA: in Europa, infatti, il divario medio retributivo tra uomini e donne che hanno un impiego si attesta sul 16,4%, a tutto vantaggio dei primi. Questo, nonostante la Commissione UE abbia, in passato, ampiamente ripreso gli Stati membri sulla questione.

L'allarme su questo “complotto contro le donne” anziché “pari opportunità” è stato lanciato nel febbraio di quest'anno addirittura da Christine Lagarde, una delle donne più potenti del mondo, oggi alla guida del Fondo Monetario Internazionale, spingendola a dire in un articolo pubblicato sull'Huffington Post, che

“in too many countries, too many legal restrictions conspire against women to be economically active.....Despite some progress over the past few years, gender-based legal restrictions remain significant” e che la “gender equality...is a change in process, and change is always painful,”

www.huffingtonpost.com/2015/02/23/christine-lagarde-women-in-workplace_n_6738090.html

Mentre invece, sulla base di un ultimo studio dell'IMF, far lavorare di più le donne retribuendole meglio conviene non soltanto alle donne ma all'economia in genere:

“which suggested that closing the gender equality gap and leveling the employment playing field would benefit not just women, but the global economy as a whole.”

(idem)

L'ostracismo nei confronti delle donne da parte del mondo produttivo costituisce quindi in realtà una vera e propria zavorra per la crescita globale.

In Italia, secondo i dati Openpolis per *Repubblica.it*, i lavoratori guadagnano il 7,3% in più delle lavoratrici: differenza quindi innegabile ed ampiamente evidente.

Sempre secondo Openpolis, l'osservatorio civico della politica italiana che si occupa di accesso ai dati pubblici, è interessante l'andamento storico del *gender pay gap* analizzato dall'inizio della crisi economica in poi, dunque tra il 2007 e il 2013: il divario si è

incrementato oltre che in Italia, dove passa dal 5,1% appunto al 7,3%, anche in Spagna, Ungheria, Portogallo e Croazia. Si riduce invece in Paesi come la Francia, la Polonia, i Paesi Bassi, la Svezia e la Finlandia. Questo, anche se dal punto di vista dell'istruzione, il numero delle donne laureate supera di gran lunga quello dei colleghi maschi.

Il nostro Paese è uno di quelli che ha maggiormente risentito degli effetti della crisi. Infatti dal 2007 al 2014 l'Italia ha visto raddoppiare la disoccupazione, è diventato il primo Stato UE per percentuale di giovani che non lavorano e non studiano (22,2%), e il divario salariale uomo/donna è aumentato del 43%.

Le donne sono scarsamente rappresentate nel campo del *decision-making* economico in tutta Europa, e l'Italia, presentando ampi *gender gap* sia per tasso di occupazione che per remunerazione e carriere, si colloca tra i Paesi con i risultati peggiori.

Secondo il Global Gender Gap index, stilato dal World Economic Forum, l'indice cioè che misura il grado di disparità di genere nei diversi Paesi del mondo, l'Italia, nel 2013, è al 71° posto su 136 Paesi e, addirittura, al 97° per opportunità economiche.

Ciò significa che, nel mercato del lavoro, le donne italiane sono una risorsa economica sottovalutata ed insufficientemente utilizzata: sono sottorappresentate nel mondo del *business* sotto diversi aspetti, sia per quanto riguarda l'accesso al mercato del lavoro che il raggiungimento di posizioni apicali, che invece restano in prevalenza saldamente controllate dai colleghi uomini. Quando lavorano, infatti, le donne soffrono di un *gap* salariale stimato intorno al 7% e sono il

gruppo di lavoratori che più di tutti ricorre al *part time* - con come conseguenza minor salario, minore partecipazione alla vita dell'impresa, minori *chance* di promozione e prospettiva di pensioni molto più basse in vecchiaia – ed occupano i gradini più bassi della struttura aziendale.

Il principio della parità retributiva è sancito per legge, tuttavia resta applicato solo in parte. Questo per tutta una serie di ragioni, dalla famiglia con figli, a una minore attitudine delle donne a negoziare la propria posizione, alla difficoltà di salire i vari gradini della propria carriera professionale. E lo scarto tra numero di uomini e donne ai vertici delle grandi imprese conferma queste difficoltà, anche se il *gap* salariale è di gran lunga più evidente nei livelli inferiori.

In conclusione, il sistema retributivo continua a penalizzare le donne, anche se in modo non dichiarato, e così facendo riduce anche il dinamismo delle nostre economie.

Il problema è dunque particolarmente evidente in Italia: se nel mondo politico e legislativo ci si muove con le quote di genere, a livello aziendale si è cominciato da tempo ad introdurre oltre a politiche di *work-life balance*, programmi direttamente volti a supportare la *leadership* femminile.

Molte ricerche sull'argomento dimostrano che *policies* diverse nelle aziende possono avere sia un impatto positivo sull'avanzamento di carriera delle donne che una circolazione di benefici anche a livelli gerarchici più bassi.

La rilevanza delle donne per l'economia e la società è racchiusa nel concetto di *womenomics*, cioè nell'idea che le donne rappresentino un valore positivo essenziale per l'economia e che apportino un contributo fondamentale alla crescita economica e al business.

Questo termine, che supera il concetto di pari opportunità, è stato coniato nel 2006 dall'*Economist* con un neologismo, contraendo il termine più lungo di *womeneconomics*, per descrivere in termini più attuali l'occupazione al femminile e tratta le teorie in base alle quali, senza un maggior contributo alla produzione di ricchezza da parte delle donne, l'economia mondiale non cresce a sufficienza.

In pratica, l'occupazione delle donne garantisce più ricchezza alla famiglia e mette in moto meccanismi che hanno una ricaduta positiva sull'intero sistema economico. Semplificando, si può dire che più alto è il numero di donne che lavorano, più numerosi saranno i nuclei familiari che si rivolgeranno al mercato per trovare una soluzione ai tanti bisogni domestici di cui si occupa una “*stay at home mum*”, una mamma che sta a casa coi figli. E questo significa più ricchezza diffusa, crescita dei consumi, impulso all'economia dei servizi.

Dunque, l'uguaglianza di genere non è solo una questione di diritti, ma anche un problema economico (Commissione Europea, 2010): infatti, l'occupazione femminile costituisce un motore rilevante per la crescita e lo sviluppo di un Paese e la presenza di donne nei ruoli di *leadership* è di per sé uno stimolo alla *performance* e all'imprenditoria.

Tutta la letteratura del *Diversity management* sottolinea infatti gli effetti benefici della diversità nell'ambito del processo decisionale

nonché dei risultati sia delle imprese che delle istituzioni, innescando così una sorta di circolo virtuoso.

Il *Diversity management*, dando centralità alla persona nella Gestione delle Risorse Umane, si pone, quindi, come cambiamento culturale e organizzativo che mira a creare un ambiente "inclusivo" in cui le differenze dei gruppi e degli individui non siano fonte di discriminazione ma oggetto di reale attenzione e ascolto.

Le strategie di *Diversity management* devono essere, però, ovviamente, contestualizzate all'azienda in cui si applicano, poiché non esiste una *one best diversity strategy*.

In generale cioè, l'organizzazione deve entrare nell'ottica culturale di poter trarre beneficio dalla valorizzazione di tutte le persone che siano in grado di offrire un contributo "unico".

Ma i dati sulle donne che ricoprono posizioni apicali nei vari settori mostrano che il “*glass ceiling*”, cioè il cosiddetto tetto di cristallo, ossia gli ostacoli che impediscono alle donne di raggiungere posizioni di *top management*, è un fenomeno fortemente presente in tutti i Paesi europei, in particolare in Italia.

In questo capitolo mi soffermerò sulle pratiche e strategie adottate per promuovere la *leadership* femminile da una delle maggiori imprese presenti in Italia, l'IBM, da sempre molto attenta alla carriera al femminile.

3.2 *IBM e le best practices*

L'IBM (International Business Machines Corporation) è una delle maggiori aziende a livello mondiale nel settore informatico, nelle

tecnologie dell'informazione e nei servizi di consulenza connessi.

IBM produce e commercializza *hardware* e *software*, offre infrastrutture, servizi di *hosting* e consulenza in settori che spaziano dai *mainframe* alle nanotecnologie. La sua sede centrale è negli Stati Uniti, ma ha sedi dislocate in tre regioni geografiche, in Europa, Medio Oriente ed Africa, per un totale di 170 Paesi. IBM ha un fatturato di 92.793,00 milioni di USD e impiega complessivamente circa 400.000 persone.

La politica aziendale si è sempre basata – ed è diventata famosa per questo – sui valori e principi propri di Thomas Watson Senior, fondatore di IBM, principi destinati a guidare il comportamento degli IBMer. Un'azienda moderna si deve impegnare a fondo nei confronti della società, e ciò ha portato IBM a ritenere che un comportamento socialmente responsabile non possa assolutamente essere scisso dalle altre attività aziendali fondamentali, e che al pari di esse sia determinante per il successo dell'azienda stessa.

IBM è da anni impegnata sul fronte della *Diversity & Inclusion*, essendo stata una delle prime aziende al mondo a promuovere l'importanza delle diversità come fattore di successo sia nell'etica degli affari che nel *business* stesso. Questo perché il concetto di *diversity* è un concetto ricco e sfaccettato, che va visto a 360 gradi, considerando come esista un vero e proprio mosaico di differenze, sia visibili, come l'età o il genere, che invisibili, come la religione e la formazione culturale. E promuovere la *diversity* vuol dire anche rispecchiare la società e il mercato all'interno della stessa azienda, per comprenderne meglio le esigenze.

Per IBM *Diversity & Inclusion* vuol dire cogliere le differenze, valorizzarle ed investire su di esse: l'azienda ha percorso la legislazione in materia di uguaglianza, avendo un impegno storico su questi temi

Nell'ambito dell'organizzazione *Diversity & Inclusion* esiste una specie di *task force* dedicata al *gender*, che ha come obiettivo quello di assumere più donne e valorizzare i talenti femminili, di accrescere le competenze e favorire lo sviluppo professionale delle donne, incentivandone così la carriera e garantendo un maggior equilibrio nel *top management*. Questo tipo di approccio ha condotto ad una maggiore sensibilizzazione al tema della diversità di genere da parte dei vertici dell'azienda, nonché al riconoscimento dell'importanza dei temi del *diversity management* e della conciliazione vita-lavoro nel determinare la politica delle risorse umane.

Per quanto riguarda l'attenzione che IBM pone nei confronti delle donne, è opportuno ricordare l'impegno assunto già nel 1935 dal fondatore dell'azienda, T.J. Watson: "Uomini e donne svolgeranno lo stesso tipo di lavoro alla stessa retribuzione. Avranno lo stesso trattamento, le medesime responsabilità e le stesse opportunità di carriera". Impegno che sembra non essere mai venuto meno e che si traduce, attualmente, in una serie di programmi ed iniziative a livello sia nazionale che internazionale.

Valorizzare le differenze di genere, orientamento sessuale, età e multiculturalità e concentrarsi sull'inclusione di tutti coloro che potenzialmente possono dare un contributo di valore ad una organizzazione rappresenta una sfida fondamentale per una azienda

che voglia essere lo specchio di tutte queste pluralità e multiculturalità.

Il Dipartimento delle Risorse Umane di IBM è interamente dedicato alla diversità nella forza lavoro. In ognuno degli Stati chiave, IBM ha identificato un leader per la diversità, responsabile di tradurre la strategia globale in iniziative più locali, monitorando i risultati e integrando le attività portate avanti da diversi gruppi e *taskforces*.

Il *diversity leader*, che è presente in ogni Paese, in Italia, dove IBM è attiva dal 1927, proprio per promuovere la crescita professionale e manageriale delle donne, è affiancato da due strutture o *networks*.

IBM dà infatti anche molto valore al *networking*, come strumento cruciale per la carriera e per la personalità.

Uno dei più rilevanti è senza dubbio il *Women in Technology* (WiT), nato nel 1997 dalla costola di professioni tecniche, con la volontà di promuovere questa tipologia di professionalità, e sponsorizzare la crescita professionale delle donne nelle carriere tecniche. La partecipazione alle iniziative promosse da questo *network* è su base volontaria: al momento consta di circa 140 donne (quindi non tutte le donne di profilo tecnico presenti in azienda), e la sua composizione risulta essere eterogenea, con un livello di *seniority* piuttosto elevato.

Il ramo italiano è molto attivo, sia a livello interno che esterno, con l'obiettivo di accrescere il capitale umano femminile e la sua

rappresentanza. Questo grazie anche ad una continua collaborazione con le scuole e le università per incoraggiare appunto lo studio e la carriera dei giovani in ambiti tecnici, fornendo strumenti di formazione e sviluppo.

Il WiT promuove infatti le attività scientifiche nelle scuole, coinvolgendo ogni anno circa 3000 studenti, organizzando incontri ed eventi per ampliare il network in azienda anche attraverso attività di *mentoring*.

All'esterno, IBM collabora con le Università per promuovere una cultura più inclusiva ed è anche sponsor di conferenze, premi e *network* "al femminile".

Altro *network* di notevole importanza è appunto il WLC (*Women Leadership Council*): è un *network* di dipendenti IBM la cui genesi risale al 2014, dall'unione di due *sottonetwork*: il *WLC Core*, composto da donne *executive*, quindi massime figure dirigenziali, le cui scelte organizzative vengono prese dall'amministratore delegato, e il *WLC Extended*, formato da donne *manager* di una certa esperienza.

Nel 2014 questi due *network* sono stati uniti, ed è stato incluso un rappresentante *junior* di ogni *business unit*, al fine di portare dal basso le istanze delle donne, secondo una logica *bottom-up*. Questo *network*, rispetto al WiT, in cui non impattano età ed esperienza, ha una composizione più selettiva: è formato infatti da 50 persone in totale.

Da ultimo, IBM ha contribuito allo sviluppo dell'educazione come un *asset* dello sviluppo personale. Sia gli impiegati che i *managers*

hanno la possibilità di partecipare a diversi *trainings*, sia in classe che *on-line*. Questi corsi sono volti ad identificare e a rimuovere stereotipi e barriere.

Nel 2012, il *network DiversityInc* ha annoverato IBM come prima fra dieci compagnie per la *Global Diversity List*.

3.3 *Metodologia della ricerca*

Al fine di indagare le possibili cause del Digital Gender Gap, e di analizzare le ripercussioni che il fenomeno ha in ambito lavorativo, e considerando gli obiettivi della ricerca e la scelta di indagare la tematica all'interno di un preciso gruppo di lavoratrici, ho deciso di svolgere una piccola ricerca all'interno di IBM Italia.

La prima fase di rilevazione sul campo ha avuto l'obiettivo di indagare il rapporto tra le dipendenti IBM e le nuove tecnologie, e le modalità di utilizzo del *Web*.

A tal fine ho ritenuto opportuno ricorrere al questionario come strumento di indagine, e alla *web survey* come modalità di rilevazione. Questa fase ha quindi previsto la compilazione di una *survey*, ossia di un sondaggio, che ho avuto modo di somministrare in forma anonima alle componenti dei due *network* IBM precedentemente descritti (WIT e WLC), grazie alla preziosa collaborazione e al supporto della dott.ssa Federica Di Sansebastiano, *Diversity & Inclusion Leader* di IBM Italia.

Considerata l'elevata estensione dell'universo di riferimento, e al fine di rendere lo strumento maggiormente fruibile ed accessibile, il questionario elaborato è stato sviluppato attraverso l'utilizzo del *software open source Survey Monkey* (<http://www.surveymonkey.com/>), e inviato via *email* alle 738 dipendenti dalle due *Network Leaders*, insieme ad una breve relazione sugli obiettivi di questa tesi di laurea.

La scelta di raccogliere i dati attraverso una modalità di rilevazione che si serve delle tecnologie digitali trova forza nelle caratteristiche positive tradizionalmente attribuite al questionario online: è infatti uno strumento fruibile in rete senza vincoli di tempo e luogo; non occorre installare alcun *plug-in* né registrarsi ad alcun sito; è possibile effettuare controlli puntuali ed immediati verificando l'inserimento di risposte non corrette o l'omissione di altre considerate obbligatorie prima dell'invio al server del questionario; i dati raccolti confluiscono automaticamente in un *database* estraibile in diversi formati a seconda delle esigenze del ricercatore.

La seconda fase si è basata, invece, sulla raccolta dei dati e sulla loro analisi, e sul confronto di tali dati con quelli pubblicati dall'Istat nel più recente report "I cittadini e le nuove tecnologie". I risultati ottenuti, e le considerazioni fatte, sono state poi commentate attraverso la realizzazione di interviste con testimoni privilegiati, cioè le due *Network Leaders*.

La struttura della ricerca è stata così suddivisa per punti:

- descrizione della struttura del questionario
- analisi domanda per domanda
- rapporto con Internet ponderato per età
- rapporto con Internet ponderato per livello di istruzione
- rapporto con Internet ponderato per livello di inquadramento
- indice di utilizzo
- confronto con il rapporto Istat “Cittadini e nuove tecnologie” del 2013

3.3.1 *La survey: modalità di rilevazione*

L'obiettivo generale della ricerca è, come detto, quello di indagare il rapporto tra le lavoratrici e le nuove tecnologie, in particolare Internet, attraverso alcune domande sull'utilizzo che esse ne fanno quotidianamente, sia dentro che fuori dal contesto lavorativo.

Il primo passo da compiere, pertanto, è stato quello di circoscrivere e definire con esattezza chi includere nella ricerca. È stata operata la scelta di escludere l'universo maschile in quanto lo scopo principale della ricerca non è tanto quello di portare alla luce le differenze di accesso e di utilizzo delle nuove tecnologie da parte di uomini e donne, quanto un'analisi del rapporto tra donne e tecnologie.

Si è pensato poi di non operare un campionamento casuale ma di sfruttare la già consolidata divisione di *networking* aziendale: sono

stati scelti gli unici due *Networks* di sole donne presenti. Questa decisione non è stata presa solo per una maggiore praticità, ma anche in funzione del fatto che si è presupposto che già solo l'iscrizione volontaria delle intervistate ad un *Network* aziendale incentrato sulle questioni di genere potesse comportare un loro maggiore interessamento all'argomento trattato dalla ricerca.

La prima fase è consistita quindi nella somministrazione di una *survey* ad un campione di 738 donne dipendenti di IBM Italia (694 del *network Women in Technologies* e 44 del *Women Leadership Council*). Il questionario, sviluppato su *SurveyMonkey*, è stato impostato di modo che le risposte fossero anonime e che risultasse impossibile la loro consultazione da parte delle intervistate (per rispondere alle domande non era necessaria la registrazione al sito, né tantomeno l'inserimento di nome e cognome).

Inoltre è stato attivato un blocco che impediva alle rispondenti di saltare una domanda: per proseguire con il questionario era necessario aver risposto a tutte le domande precedenti, in tutte le loro parti, ed è rimasto *online* per una settimana: questo breve lasso di tempo è giustificato dal fatto che più del 90 % delle risposte sono arrivate nelle prime 24 ore, mentre nei giorni successivi il flusso si è notevolmente ridotto, fino a fermarsi dopo 6 giorni dall'invio della *survey*.

3.3.2 *La survey: struttura del questionario*

Il questionario è stato diviso in 4 parti:

1. la prima sui dati anagrafici delle intervistate

Survey - Digital Gender Gap - tesi di laurea magistrale di Chiara De Angelis in Scienze Politiche

INFORMAZIONI ANAGRAFICHE

***1. Anno di nascita:**

***2. Nazionalità:**

- Italiana
 Straniera (specificare)

***3. Stato civile:**

- nubile
 vedova
 convivente, sposata
 separata, divorziata

**4. Ha figli? Se sì, minorenni o maggiorenni? Conviventi o no?
(se non ha figli, non sbarrare nessuna casella)**

	Conviventi	Non conviventi
Minorenni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maggiorenni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. la seconda sul loro livello di istruzione

LIVELLO DI ISTRUZIONE

*** 5. Quale è il titolo di studio più elevato che possiede?**

- Diploma professionale
- Maturità classica o scientifica
- Maturità tecnica o commerciale
- Laurea - area tecnica o scientifica
- Laurea - area umanistico/economica
- Master
- Corso di perfezionamento
- Dottorato di ricerca
- Formazione superiore post-universitaria
- Altro (specificare)

3. la terza riguardante invece informazioni di carattere lavorativo

AMBITO LAVORATIVO

* 6. Dove lavora prevalentemente

- In ufficio
- A casa
- Da cliente
- In altri luoghi (automobile, aeroporto, ecc...)

* 7. Quale è il suo livello di inquadramento?

- Dirigente
- Impiegato
- Quadro
- Altro (specificare)

4. la quarta infine con domande mirate ad indagare il rapporto delle intervistate col *Web*

RAPPORTO CON INTERNET

*** 8. Ore giornaliere di navigazione in Internet (extra attività lavorativa)**

- Più di 5
- Da 2 a 5
- Un'ora
- Meno di un'ora

*** 9. Attività svolte con Internet:**

	Sì	No
Spedire o ricevere email	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultare un wiki	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Partecipare a social network	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inviare messaggi su chat, blog, newsgroup, forum di discussioni online o altro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Telefonare e/o effettuare videochiamate via webcam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esprimere opinioni su tematiche politiche e/o sociali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Partecipare a consultazioni o votazioni su tematiche politiche e/o sociali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*** 10. Utilizzo di servizi:**

	No, mai	No, ma sono intenzionata a farlo	Sì, raramente	Sì, frequentemente
Servizi di <i>E-government</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Servizi di <i>E-commerce</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Servizi <i>Cloud</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Come già specificato sopra, la *survey* era strutturata di modo che per passare alla “parte” successiva era necessario prima rispondere a tutte le domande della pagina su cui ci si trovava al momento: quindi per accedere alle domande sul livello di istruzione era necessario prima completare la parte riguardante le informazioni anagrafiche, e così via.

3.3.3 *I risultati del questionario*

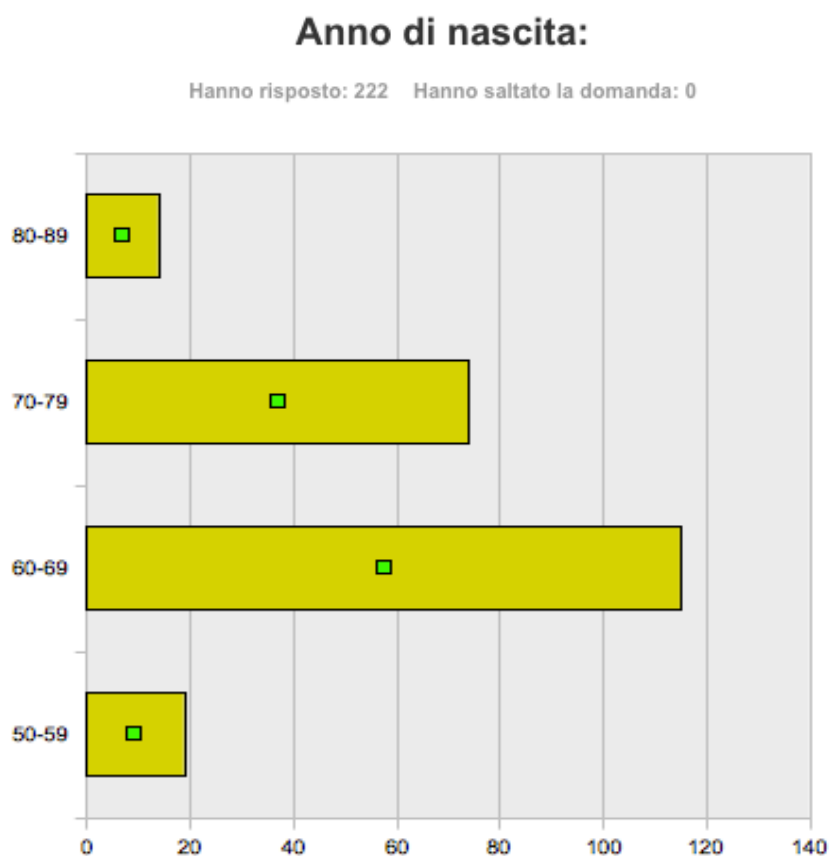
Il campione raggiunto consta di 226 persone, ma di queste 4 non hanno portato a termine il questionario (probabilmente lo hanno dovuto interrompere durante lo svolgimento, dal momento che era impossibile saltare una domanda): i dati presentati di seguito attraverso i valori percentuali, quindi, fanno riferimento ai 222 questionari completi ricevuti.

Come già spiegato sopra, il questionario è stato inviato una sola volta via email alle 738 dipendenti IBM aderenti ai due *network* WIT e WLC, e più del 90% delle risposte sono pervenute nelle prime 24 ore: sarebbe stato forse possibile ampliare il campione raggiunto reinviando una seconda volta la mail con l'invito a partecipare alla *survey*, ma le tempistiche strette non lo hanno permesso, e comunque il numero raggiunto è sembrato ottimale ai fini della ricerca.

Di seguito vengono illustrati i primi risultati emersi dall'analisi dei dati raccolti tramite il questionario.

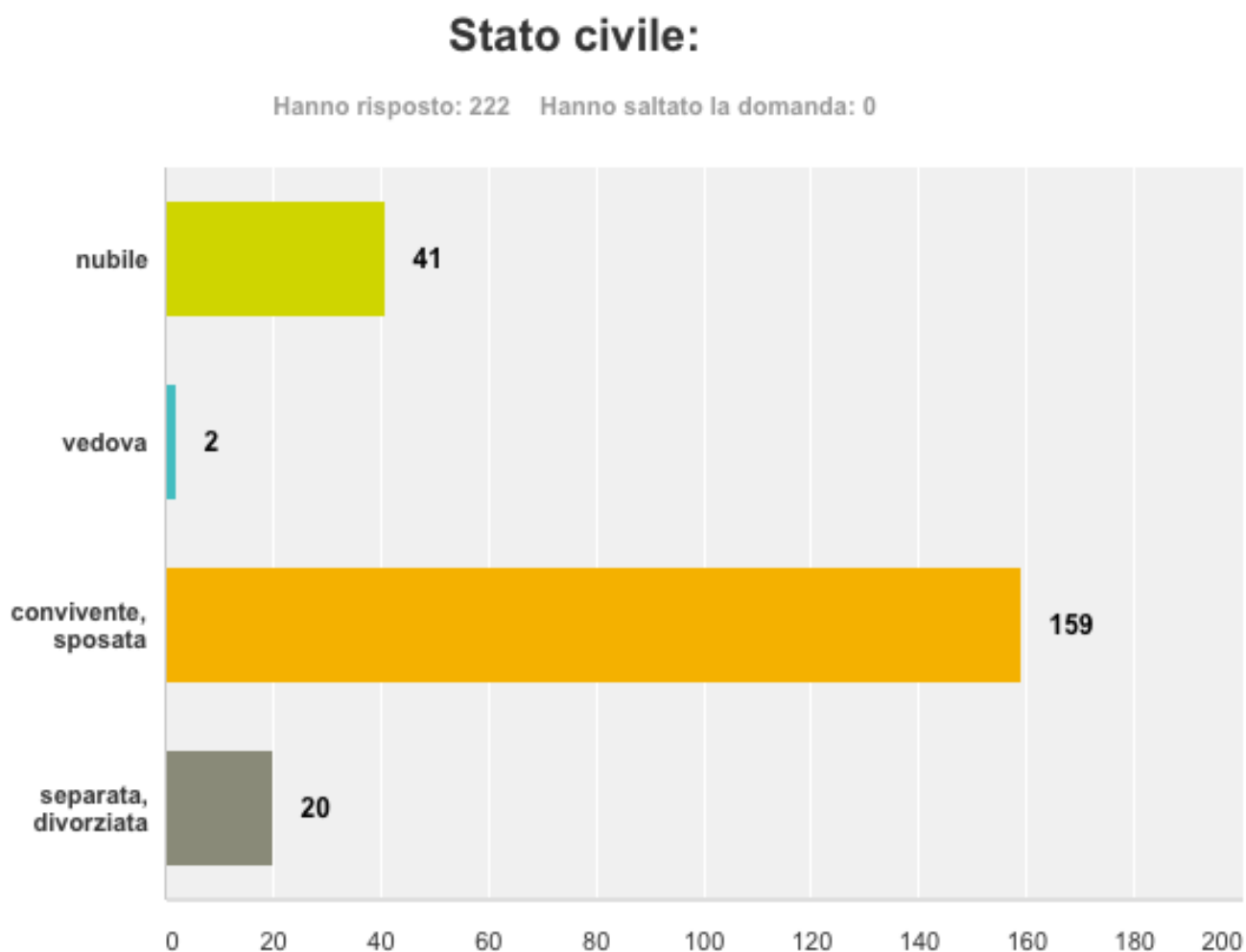
Come era naturale aspettarsi in virtù della natura dell'azienda, il campione effettivo su cui è stata composta l'indagine risulta composto in prevalenza da donne italiane (solo 3 su 226 sono infatti di nazionalità straniera) nate negli anni Sessanta e Settanta del 1900: nello specifico, il 51.4 % è nato tra il 1960 e il 1969, e il 33.6% tra il 1970 e il 1979 (V. GRAFICO 2). La restante parte è composta da un 10.4 % di nate tra il 1950 e il 1959, e da un 4.6 % di nate tra il 1980 e il 1989. La maggior parte delle intervistate appartiene quindi, come era prevedibile, a quelle generazioni che si sono affacciate al mondo del lavoro tra gli anni Ottanta e gli anni Novanta, ossia i due decenni di maggiore sviluppo delle aziende informatiche: anche IBM Italia, infatti, raggiunse l'apice occupazionale nel 1991 con oltre 12.000 occupati (uomini 9.500, donne 2.900 circa).

[GRAFICO 2]



Per quanto riguarda lo stato civile invece, la distribuzione si presenta così: il 71,62% delle intervistate convive o è sposata, il 18,47% è nubile, il 9,01% è separata o divorziata, mentre il restante 0,9 % è vedova. (V. GRAFICO 3)

[GRAFICO 3]

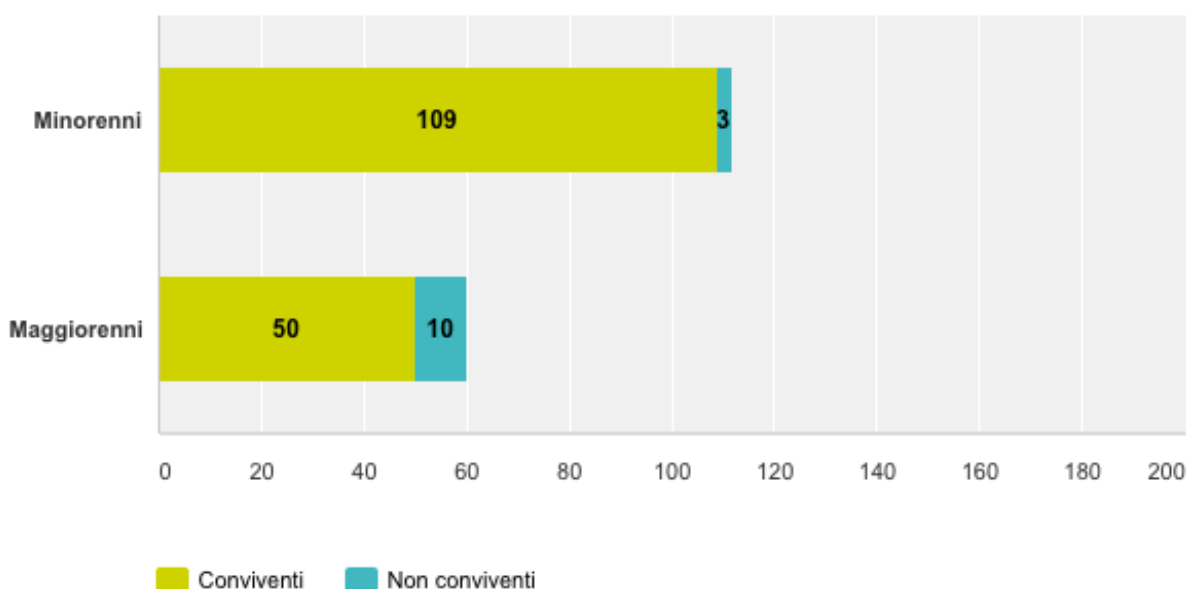


Per quanto riguarda la distribuzione del campione per numero di figli, suddivisa per figli minorenni e maggiorenni, e conviventi o meno con la madre, la situazione risulta essere la seguente:

[GRAFICO 4]

Ha figli? Se sì, minorenni o maggiorenni? Conviventi o no?(se non ha figli, non sbarri nessuna casella)

Hanno risposto: 145 Hanno saltato la domanda: 77



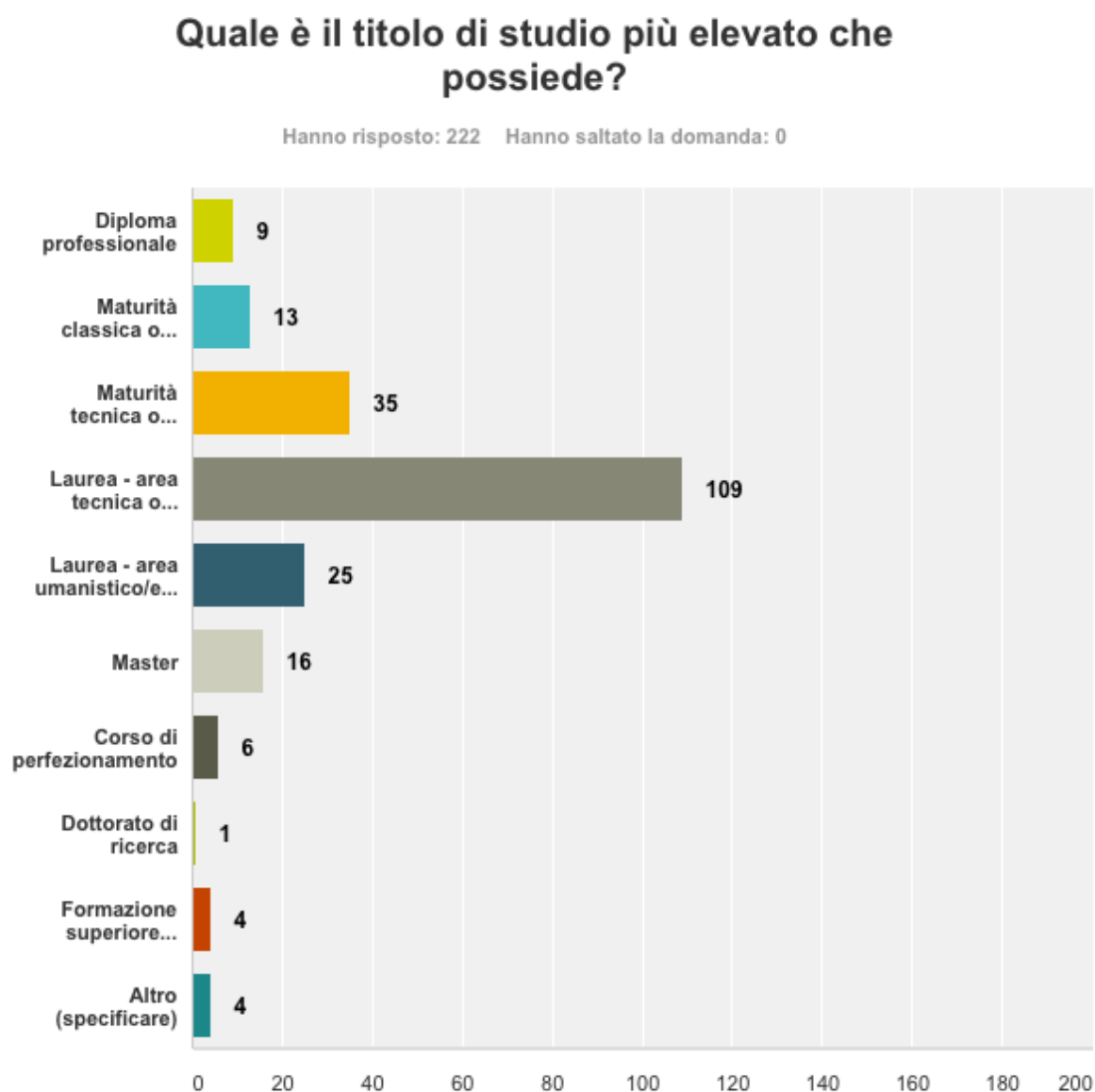
Del totale del campione, il 34,68% dichiara di non avere figli, mentre il 65,32% dichiara di averne: di questo 65,32% la distribuzione dei figli minorenni/maggiorenni e conviventi/non conviventi è quella illustrata nel GRAFICO 4.

Occorre notare, però, che il grafico non evidenzia le 27 donne che hanno dichiarato di avere sia figli maggiorenni che minorenni: a

questo motivo si deve ascrivere la discrepanza di numeri tra il totale delle donne che dichiarano di avere figli (145) e la somma dei due totali delle donne con figli minorenni e di quelli minorenni (112+60=172).

La distribuzione del campione per titolo di studio, invece, è la seguente (GRAFICO 5):

[GRAFICO 5]



Opzioni di risposta	Risposte	
▼ Diploma professionale (1)	4,05%	9
▼ Maturità classica o scientifica (2)	5,86%	13
▼ Maturità tecnica o commerciale (3)	15,77%	35
▼ Laurea - area tecnica o scientifica (4)	49,10%	109
▼ Laurea - area umanistico/economica (5)	11,26%	25
▼ Master (6)	7,21%	16
▼ Corso di perfezionamento (7)	2,70%	6
▼ Dottorato di ricerca (8)	0,45%	1
▼ Formazione superiore post-universitaria (9)	1,80%	4
▼ Altro (specificare) (10)	Risposte	1,80%
Totale		222

Come prevedibile, quasi la metà delle intervistate (il 49,10%) ha, come titolo di studio più elevato, una laurea tecnico-scientifica; circa un quarto (il 25,68%) si è fermato prima della laurea, mentre il quarto restante si divide tra chi ha preso una laurea in ambito umanistico-economico (l'11,26%) e chi ha proseguito la formazione *post lauream* con un *master* (7,21%), un corso di perfezionamento (2,70%), un dottorato (0,45%) o altri tipi di formazione superiore post universitaria (3,60%). Tali risultati non sorprendono alla luce della natura dell'azienda, che richiede ai suoi dipendenti una serie di competenze tecniche, e non solo, che non è possibile acquisire soltanto con un diploma.

Passando poi alla terza parte del questionario, dedicato alle domande relative all'ambito lavorativo, possiamo notare [GRAFICO 6] che la maggior parte delle intervistate (il 59,01%) lavora

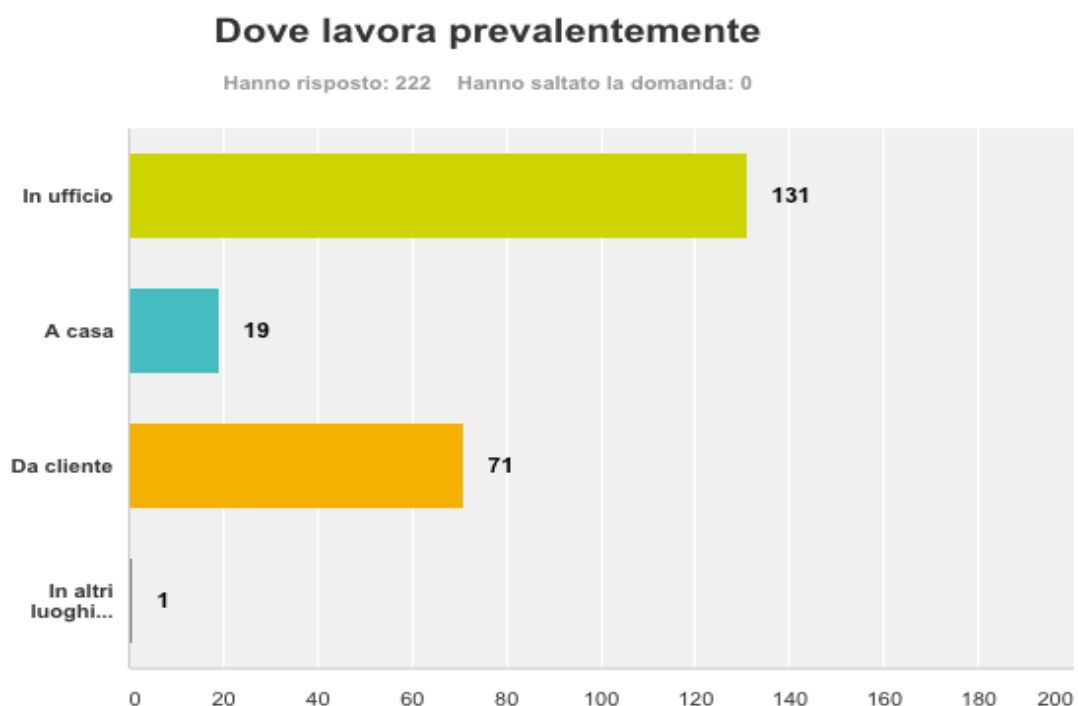
prevalentemente in ufficio, mentre il 31,98% da cliente e il restante 9,01% da casa o in altri luoghi (automobile, aeroporto ecc...).

Quest'ultimo è un dato molto importante, perché indica che in IBM Italia la pratica del telelavoro è decisamente più diffusa rispetto alla media nazionale. In Italia, infatti, sono occupati con il telelavoro solo una quota compresa fra il **2,3%** (dati Dasyt del 2012) e il **5%** (dati dell'Osservatorio Smart Working della School of Management del Politecnico di Milano) delle persone che hanno un lavoro.

Lavorare da casa è vantaggioso sotto molti punti di vista: familiare, personale, sociale, economicamente.

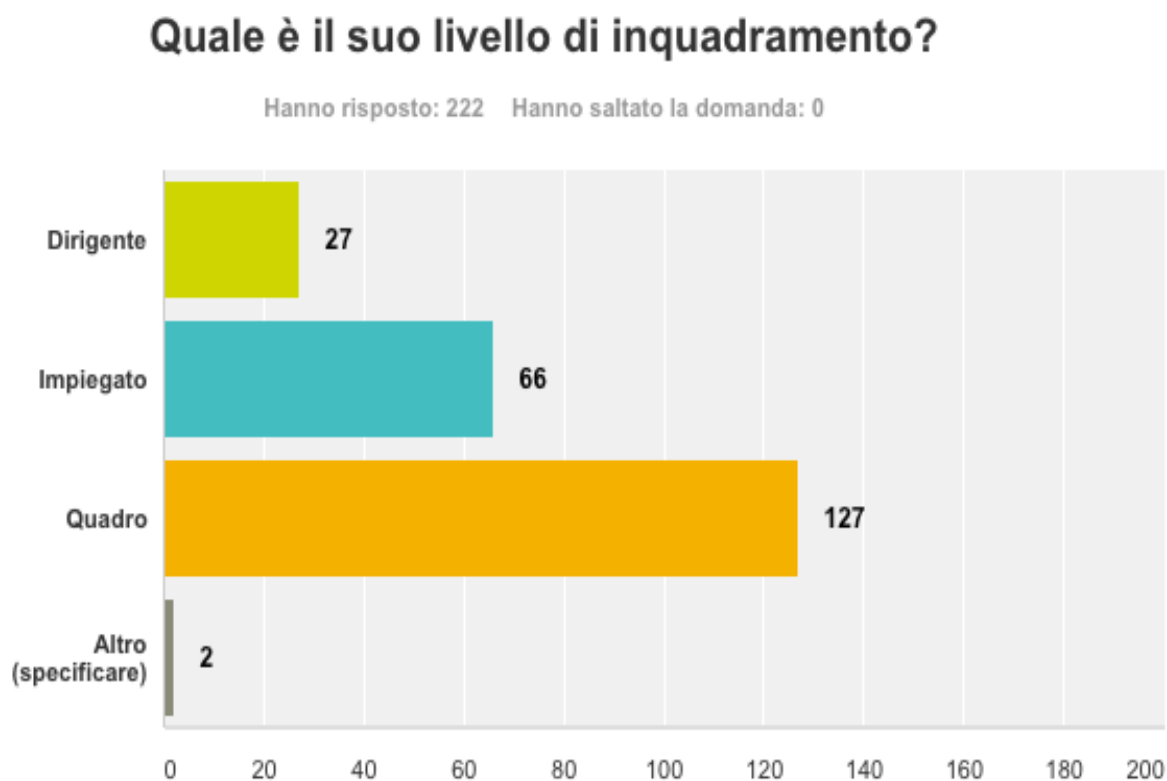
Consente al lavoratore di prendersi cura della famiglia, organizzare il lavoro con *chat*, *email*, videoconferenze, senza imbottigliarsi nel traffico; per il datore di lavoro, peraltro, rappresenta **un'ottimizzazione dei costi** delle attrezzature e degli immobili.

[GRAFICO 6]



Per quanto riguarda invece il livello di inquadramento delle intervistate [GRAFICO 7], il 57,21% del campione è composto da quadri, il 29,73% da impiegate, il 12,16% da dirigenti e il restante 0,90% da giovani con contratto di apprendistato.

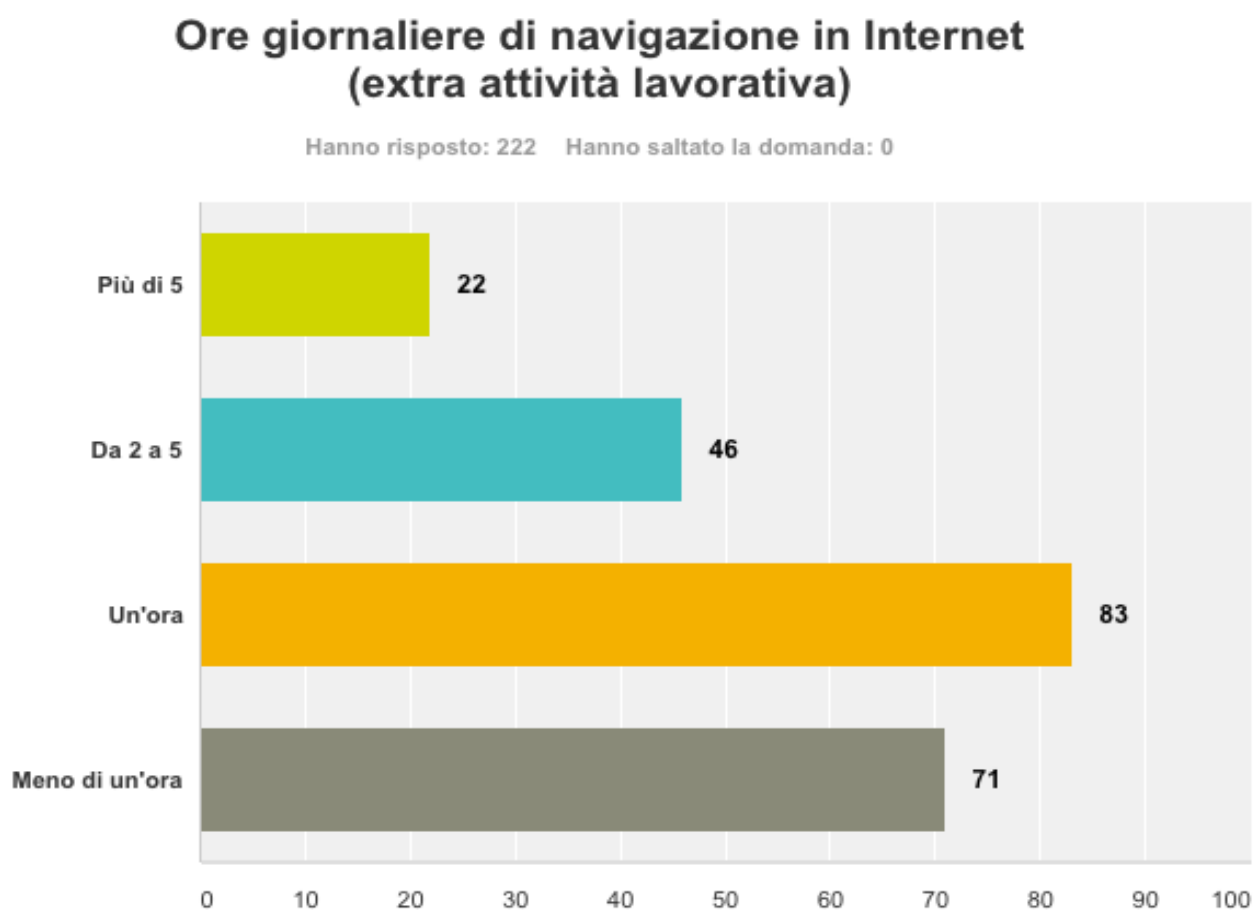
[GRAFICO 7]



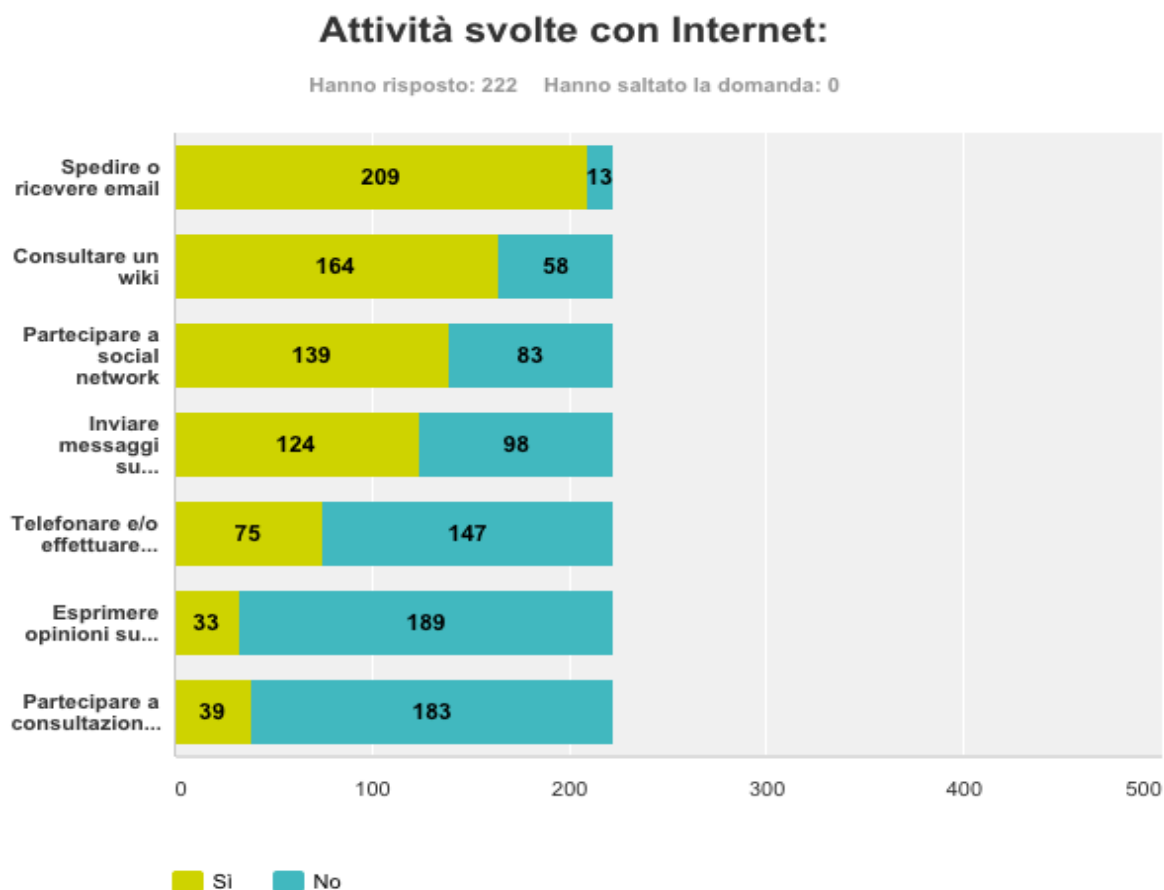
Infine, passando ad analizzare la quarta parte del questionario, comprendente le domande sul rapporto delle intervistate con Internet, si può notare che:

- per quanto riguarda le ore di navigazione in Internet extra-attività lavorativa [GRAFICO 8]: il 37,39% delle intervistate dichiara di passare su Internet un'ora del proprio tempo libero, il 32,98% meno di un'ora, il 20,72% da 2 a 5 ore, e il restante 9,91% più di 5 ore.

[GRAFICO 8]

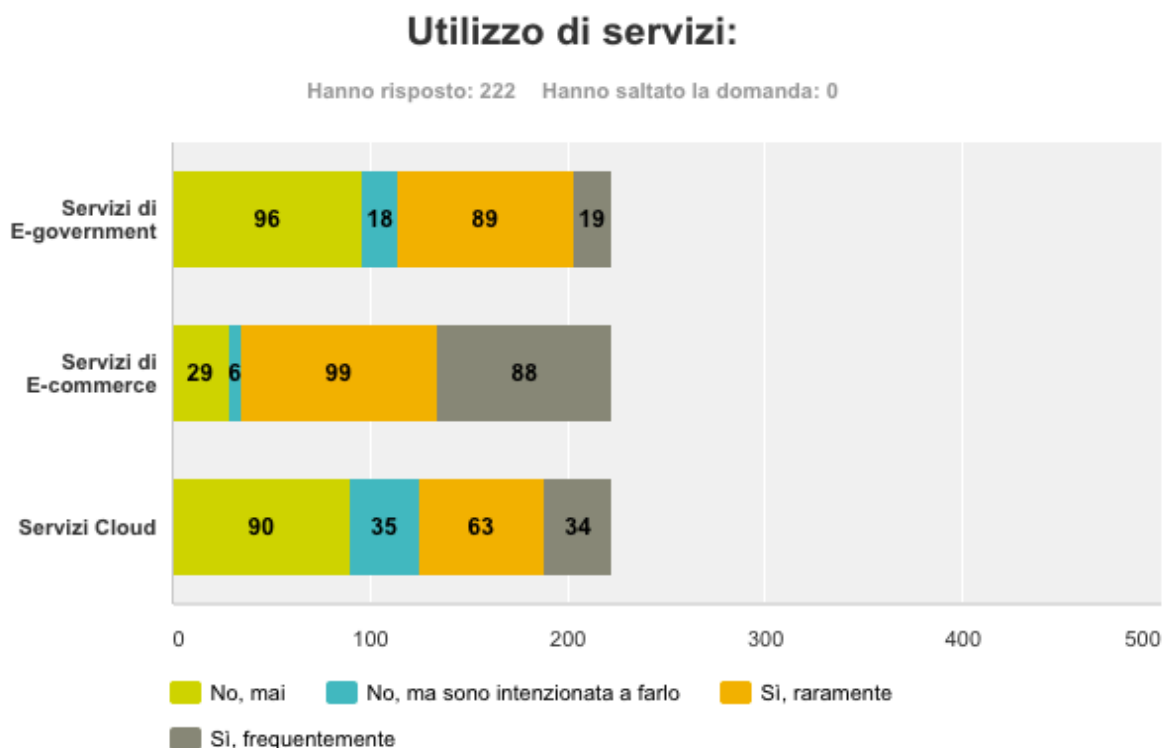


- Per ciò che concerne invece le attività svolte con Internet, il campione si distribuisce così come riportato dal GRAFICO 9:



Risulta evidente come la distribuzione dei “sì” sia di gran lunga maggiore quando si tratta di attività più “generiche” connesse al campo delle comunicazioni, come spedire o ricevere *email* (94,14%), consultare un *wiki* (73,87%), e partecipare a *social networks* (inviare messaggi su *chat/blog/forum*), mentre tende a diminuire drasticamente quando riguarda quel genere di attività che si allontana dall'ambito della comunicazione in senso stretto, come ad esempio esprimere opinioni su tematiche sociali o politiche (14,86%) o partecipare a consultazioni o votazioni *online* (17,57%).

Per ciò che concerne, infine, l'utilizzo di servizi di *E-government*, *E-commerce* e dei servizi *Cloud*, il campione si distribuisce così come illustrato dal **grafico X**:

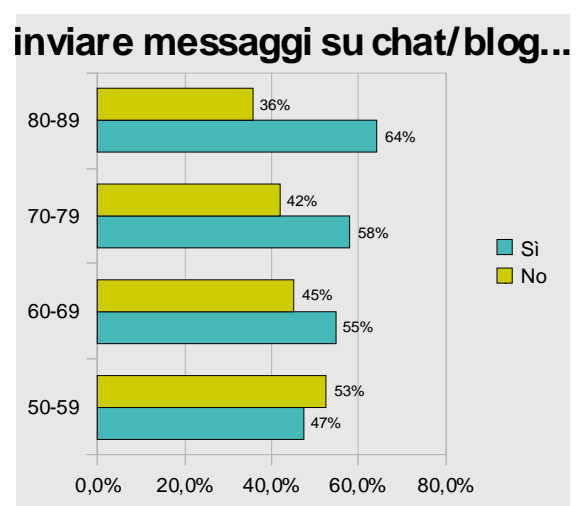
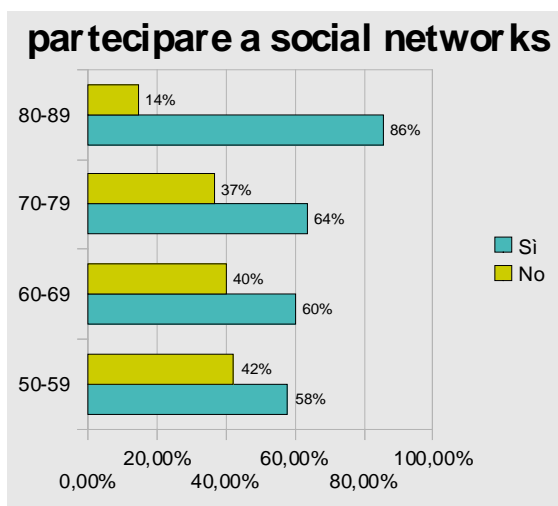
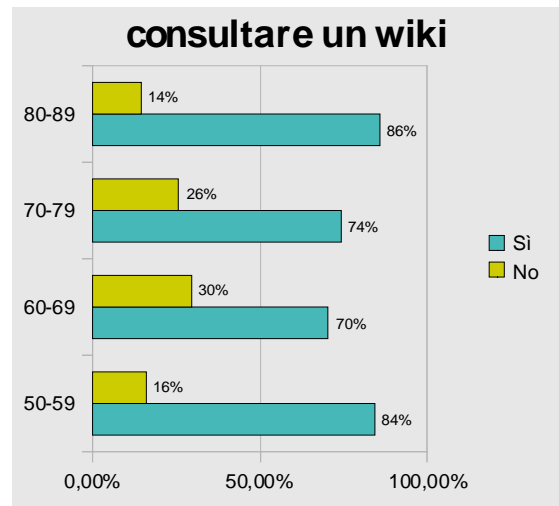
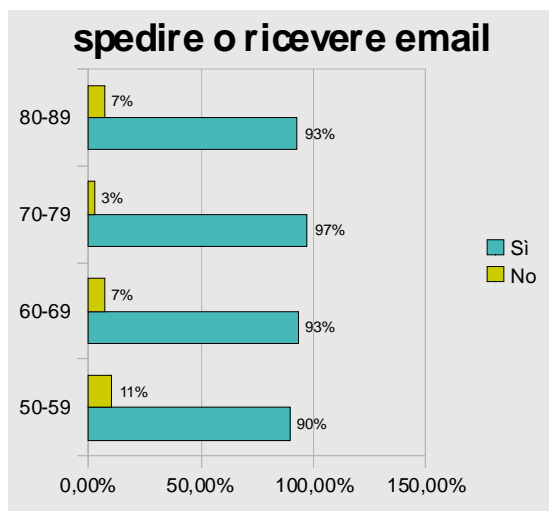


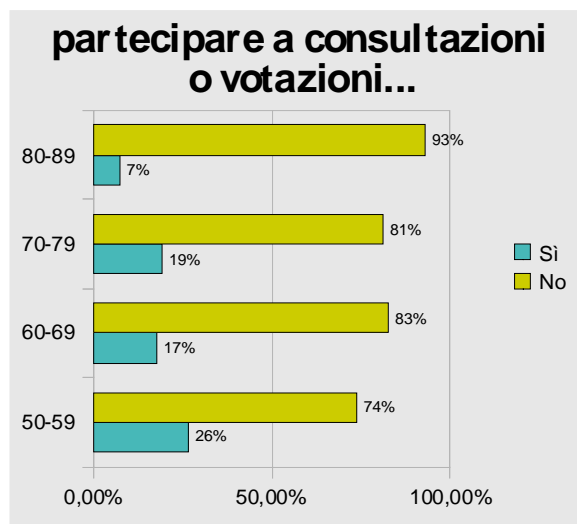
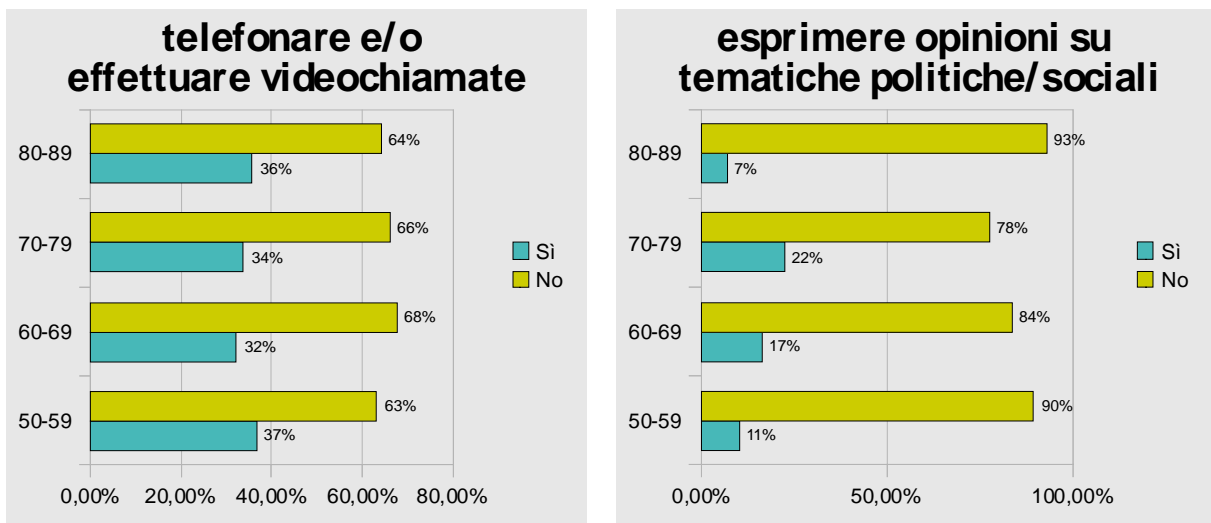
Appare chiaro come la tipologia di servizi più utilizzata dal campione sia quella dei servizi di *E-commerce* (dato che non sorprende, basti pensare ad esempio al fatto che il 77% dei clienti di Groupon.it è formato da donne), seguita dai servizi di *E-government*, e infine dai servizi *Cloud*, ovvero gli spazi di archiviazione e condivisione di dati sul Web.

3.3.4 Analisi dei dati aggregati per fasce di età

Dopo una prima analisi superficiale dei dati domanda per domanda, si prosegue con la ponderazione dei dati riguardanti l'utilizzo di Internet e dei servizi con alcune variabili significative, partendo dalla variabile "età".

Di seguito i grafici a barre rappresentanti i dati della **domanda 9)** aggregati per età, variabile che per comodità è stata suddivisa in quattro classi (1950-1959; 1960-1969; 1970-1979; 1980-1989). I valori sono stati riportati in percentuale.





Tralasciando i dati relativi le prime due domande, relative allo spedire e/o inviare *email* e alla consultazione di *wiki*, che riportano entrambe, in tutte le fasce di età, una percentuale di “Sì” nettamente superiore rispetto a quella dei “No”, si passa ad analizzare i dati delle domande successive:

- partecipare a *social networks* (grafico X): appare chiaro come l'utilizzo di questo tipo di tecnologia sia preferito dalle più giovani

(ben l'86% delle intervistate della fascia di età '80-'89 ha infatti dichiarato di utilizzarle), mentre tende a diminuire progressivamente man mano che aumenta l'età, fino ad arrivare ad un 58% di risposte positive nella fascia di età più avanzata, ossia la classe '50-'59. Dunque, anche in questo campione, permangono evidenti le differenze di generazione nell'utilizzo di Internet e dei servizi;

- inviare messaggi su *chat/blog/forum/newsgroup*: per quanto riguarda questa domanda, vale lo stesso discorso fatto per la precedente. Si parte infatti da un massimo di “Sì” (il 64%) per la classe di età '80-'89, per poi diminuire fino ad un minimo di 47% per la classe '50-'59;
- Telefonare e/o effettuare video-chiamate via *webcam*: analizzando i dati risultanti da questa domanda, mi ha incuriosito il fatto che essa sia l'unica che vede la fascia di età '50-'59 avere una percentuale più elevata – anche se di poco- rispetto alle altre fasce di età. Indagando sul motivo di tale fenomeno ho voluto analizzare la distribuzione delle risposte relative a "Telefonare e/o effettuare video-chiamate via *webcam*" rispetto alla domanda relativi ai figli e, come si può vedere dalla tabella seguente, è evidente come tale azione venga svolta in percentuale maggiore da chi ha figli “non conviventi”.

Telefonare e/o effettuare video-chiamate via webcam					
	Totale	Si	No	Si	No
No figli	77	32	45	41,6%	58,4%
Conviventi	132	37	95	28,0%	72,0%
Non conviventi	13	6	7	46,2%	53,8%

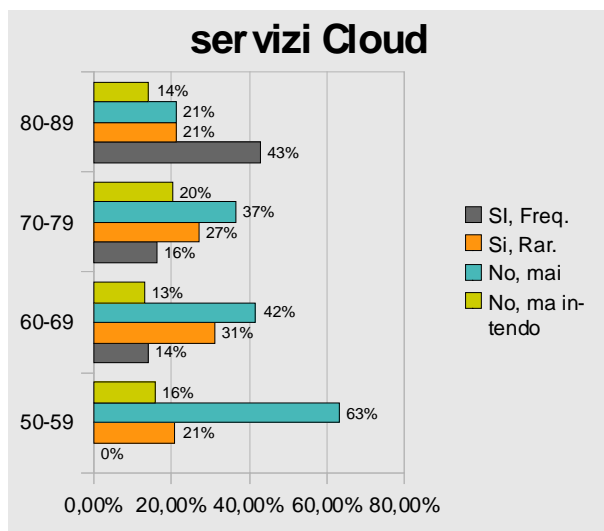
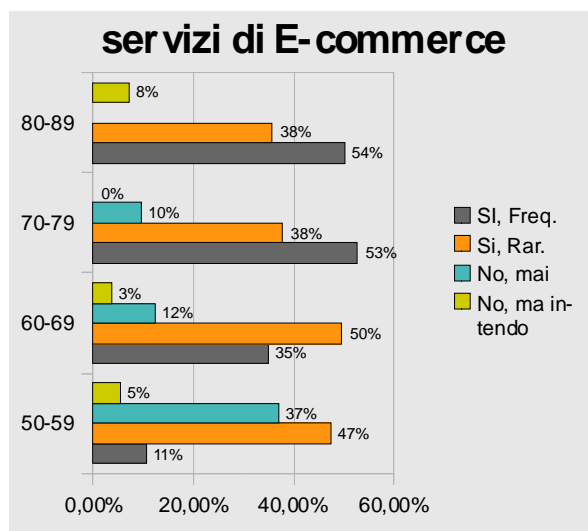
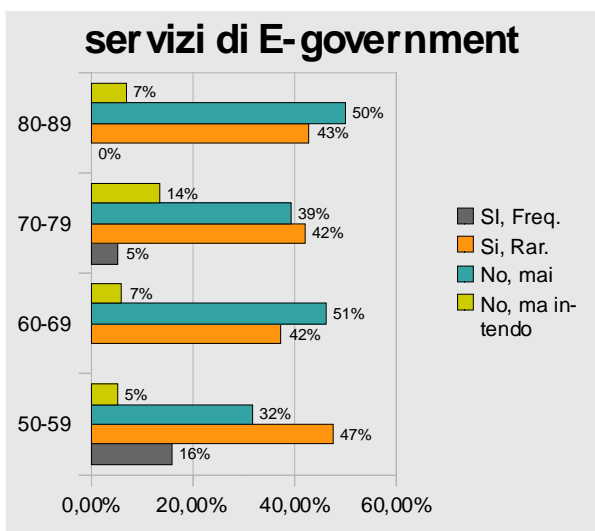
Analizzando le sole risposte di chi ha “Figli non conviventi” appare chiaro che la fascia d'età più numerosa (53,8%) è proprio quella dai '50 ai '59 anni. E' quindi probabile che le "senior", che per le altre attività sono meno propense al loro utilizzo, trovino nella motivazione "Figlio non convivente", trasferitosi magari all'estero, la spinta per un maggior utilizzo di questo tipo di tecnologia.

Fasce d'età			
	50-59	60-69	70-79
Non conviventi	7	4	2
	53,8%	30,8%	15,4%

- Ultime due domande: controllare se i soggetti che esprimono opinioni su tematiche politiche e/o sociali sono anche quelli che partecipano a consultazioni e/o votano.

INSERIRE OSSERVAZIONI

Di seguito invece i dati riguardanti l'ultima domanda, la n° 10, sull'utilizzo dei servizi, aggregati per fascia di età. Le classi sono le stesse di prima (1950-1959; 1960-1969; 1970-1979; 1980-1989), i valori sono sempre riportati in percentuale, ma cambiano le modalità di risposta. Non più soltanto “Sì” o “No”, bensì: “Sì, frequentemente”, “Sì, raramente”, “No, ma sono intenzionata a farlo”, “No, mai”.



Passo ad esporre ora le osservazioni che mi sono sembrate più interessanti alla luce dei dati riportati dai tre grafici precedenti:

1. i servizi di *E-government* risultano essere gli unici usati prevalentemente dalle donne appartenenti alla classe di età '50-'59: ben il 63% di loro infatti ha dichiarato di utilizzarli (nello specifico il 16% frequentemente, e il 47% raramente). In tutte e tre le altre classi di età, invece, le percentuali di chi dichiara di non usare tali servizi supera il 50%.
2. i servizi di *E-commerce*, invece, sono in media i più usati tra tutte e quattro le classi di età: la percentuale dei “Sì”, infatti, supera sempre nel complesso il 50% del totale, con picchi tra le più giovani e percentuali inferiori tra le “*senior*”.
3. Per quanto riguarda i servizi *Cloud*, infine, appare evidente che risultano essere i meno usati dal complesso della popolazione analizzata: le percentuali di “Sì” maggiori (più del 60%) si attestano nella fascia di età più giovane, mentre le “*senior*” hanno un'alta percentuale di “No, mai”. Questo, probabilmente, in quanto questa tipologia di servizi è relativamente recente: ad esempio *Dropbox*, uno dei *software* di *cloud storage* multiplatforma più in uso, il *boom* di utenze si attesta tra il 2010 (4 milioni) e il 2012 (ben 100 milioni di utenti registrati).

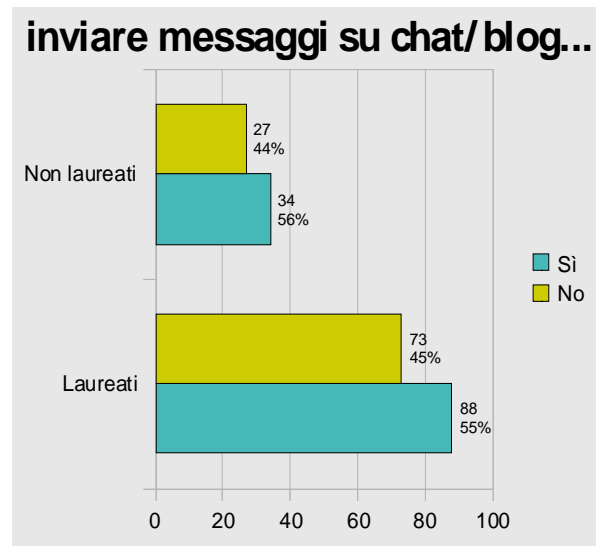
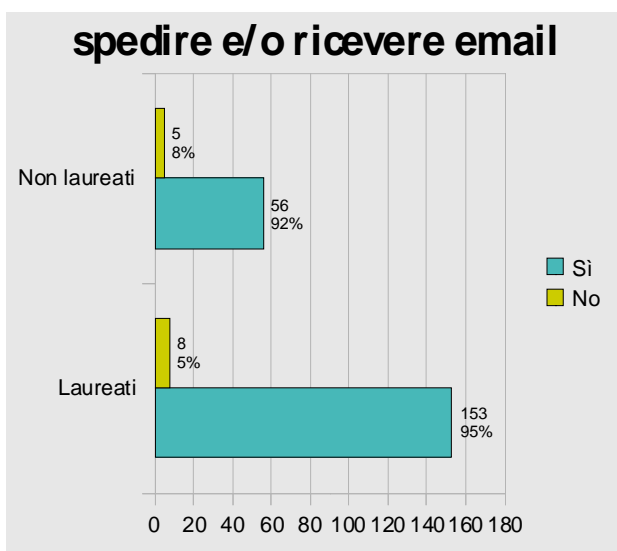
3.3.5 . *Analisi dei dati aggregati per livello di istruzione*

Lo stesso procedimento effettuato per la prima analisi dei dati aggregati per fascia di età è stato utilizzato per la variabile “livello di istruzione”.

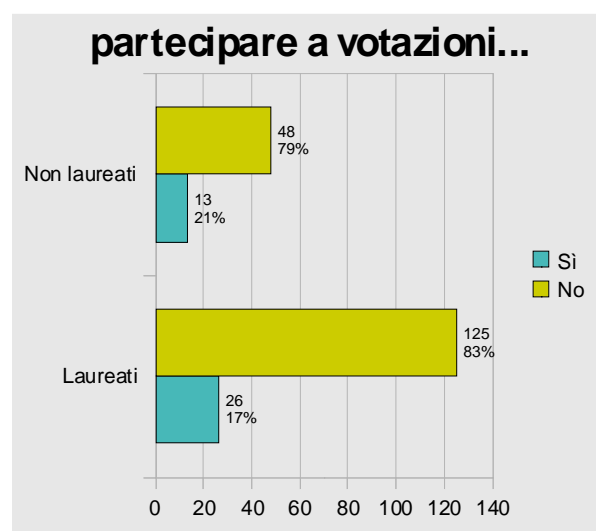
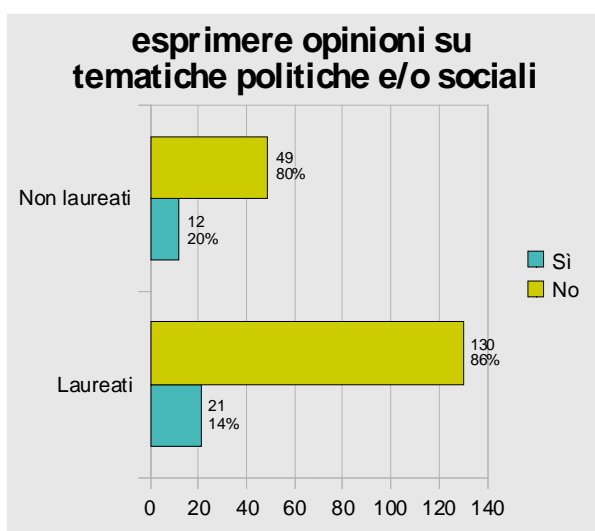
Per comodità, i nove diversi livelli di istruzione elencati nel questionario sono stati raggruppati in due macrovariabili: “laureati” (laurea – area tecnico/scientifica; laureati – area umanistica/economica; corso di perfezionamento; master; formazione superiore post-universitaria; dottorato di ricerca) e “non laureati” (diploma professionale; maturità classica o scientifica; maturità tecnica o commerciale). Dall'elaborazione dei dati così aggregati, è emerso un andamento piuttosto costante delle risposte, e non sono state rilevate particolari inferenze dovute al titolo di studio.

Per quanto riguarda la domanda 9) sulle attività svolte con Internet, l'andamento è il seguente:

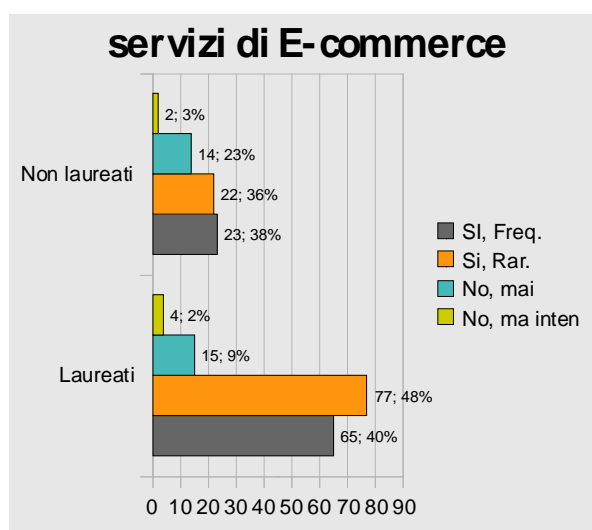
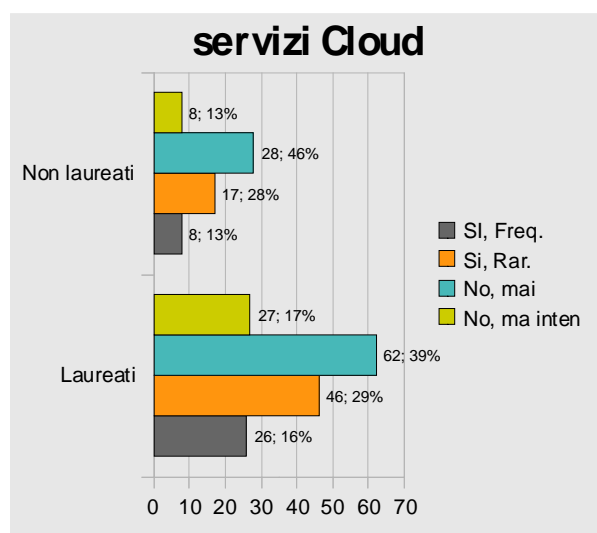
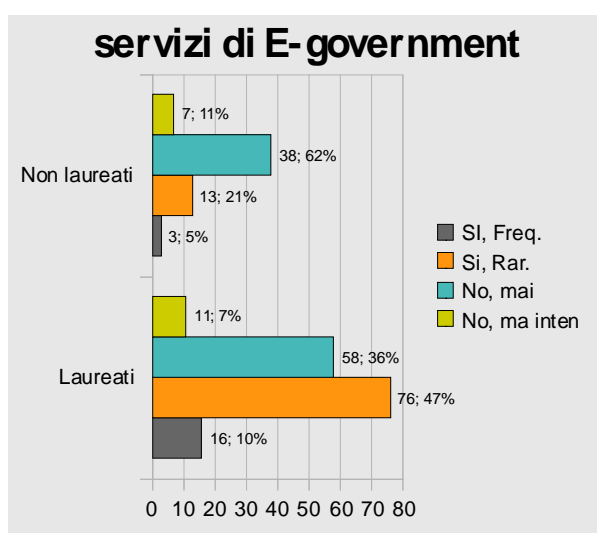
- in generale si rilevano percentuali più alte di risposte positive tra le dipendenti laureate. Le percentuali di “Sì” sono molto alte quando associate ad attività di uso comune, come spedire e/o ricevere *email* (grafico X), mentre tendono ad abbassarsi progressivamente man mano che si procede verso attività meno consuete, fino ad arrivare alla situazione illustrata dal grafico Y, riguardante l'invio di messaggi su *chat/blog/forum/newsgroup*.



- Le uniche due domande in cui le percentuali di risposte positive sono più elevate tra i non laureati sono quelle riguardanti l'espressione di opinioni su questioni politiche e sociali, e la partecipazione a votazioni e/o consultazioni online (grafici X e Y). Questo punto sarà approfondito nel paragrafo successivo, in cui verranno analizzati i dati aggregati per livello di inquadramento all'interno dell'azienda.



Per ciò che concerne, poi, la domanda **10)** sull'utilizzo dei servizi, si può notare sempre una più alta percentuale di risposte positive tra i laureati, con un maggiore scarto laureati/non laureati per quanto riguarda i servizi di *E-government* e i servizi *Cloud* (grafici X e Y), e un minore scarto invece relativamente ai servizi di *E-commerce* (grafico W).



Questi dati sono la diretta conseguenza di una precisa politica aziendale: IBM ogni anno sottopone ai propri dipendenti una sessione di *education* su un documento, il *Business Conduct Guidelines-BCG* (http://www-05.ibm.com/it/ibm/pdf/bcg_may17.pdf), che, a partire dai "valori" che caratterizzano IBM, detta una serie di regole da seguire sia nel comportamento negli affari che nel tempo libero. Due punti di questo documento riguardano proprio la "Partecipazione alla vita politica" e la "Espressione di opinioni".

Nella tabella seguente, sulla domanda specifica "Esprimere opinioni su tematiche politiche e/o sociali", vediamo come ha risposto il campione per "Livello contrattuale":

Esprimere opinioni su tematiche politiche e/o sociali			
Dirigente	Si	3	11,5
	No	23	88,5
Quadro	Si	20	15,7
	No	107	84,3
Impiegato	Si	9	13,2
	No	59	86,8

Tutti i livelli contrattuali hanno dato un risultato inferiore al dato rilevato dall'ISTAT che, ricordiamo, è pari al 20,9%. Significativo è che i "Dirigenti" che normalmente più di identificano nell'Azienda, hanno la percentuale di risposte positive più bassa (11,5%).

Il sociologo Michael Crozier, nel suo volume “Le imprese in ascolto” afferma che «uno dei criteri moderni più importanti della direzione è il dirigere attraverso la cultura, perché chi lavora con noi, ci riconosce soltanto se i valori che noi riusciamo a trasmettere sono valori di cultura e riesce ad identificarsi in quei valori, meglio quando portano a dei risultati» (cit.....)

Di seguito i due punti estratti dal documento *BCG-Business model Guidelines*, riguardanti la “partecipazione alla vita politica” e l’ “espressione di opinioni”.

1. “ Partecipazione alla vita politica: IBM non versa contributi o finanziamenti ovvero altri tipi di supporto che potrebbero essere considerati contributi diretti o indiretti a partiti o candidati politici, anche attraverso intermediari (ad esempio comitati di azione politica o fondazioni pubbliche). Per esempio, IBM non acquisterà biglietti di viaggi né pagherà spese per i dipendenti o per terzi per permettere la partecipazione ad eventi in cui i fondi raccolti verranno utilizzati per campagne elettorali. In molti Paesi questi contributi da parte di aziende sono illegali. IBM si comporterà allo stesso modo anche in quei Paesi in cui sono ammesse forme di contribuzione simili. Inoltre, IBM non offre alcun tipo di supporto che potrebbe apparire come una forma di contributo. Il dipendente non dovrà versare contributi del tipo sopra indicato rappresentando IBM. Il dipendente non dovrà inoltre richiedere rimborsi a IBM (né IBM rimborserà) per contributi personali effettuati. Inoltre, il dipendente deve riconoscere che l'uso di beni IBM e l'attività lavorativa svolta per le finalità sopra indicate sono equivalenti a tali forme di contribuzione (e quindi vietate). Il lavoro messo a disposizione da un dipendente equivale ad una forma di contribuzione. Pertanto se

un dipendente è candidato a cariche pubbliche o se le ricopre o se partecipa alla campagna elettorale di un candidato, non potrà essere retribuito da IBM per il tempo dedicato a tali attività, a meno che non sia espressamente stabilito dalla legge. E' possibile a tal fine usufruire di ferie o di permessi nei termini o modalità previsti dalla legge e dalle normative vigenti. E' necessario consultarsi con IBM Governmental Program prima di accettare una nomina politica a qualsiasi entità governativa o di correre per un incarico politico a livello locale, statale o federale.

2. Espressione di opinioni: Quando si esprimono opinioni su questioni pubbliche, bisogna farlo a titolo personale, senza dare mai l'impressione di parlare o agire per conto di IBM.”

(cit.....)

3.4 *L'indice di utilizzo*

Sulla base delle informazioni fornite dalle risposte al questionario è stato sviluppato un “indice di utilizzo”, in grado di attribuire un punteggio sintetico alle varie attività e ai vari servizi sul *web* oggetto delle ultime due domande. L'indice consente di avere informazioni sintetiche sul rapporto delle intervistate con Internet nel complesso, piuttosto che informazioni frammentate su ciascun indicatore e, allo stesso tempo, consente la correzione delle possibili distorsioni che scaturiscono dai singoli indicatori.

Si tratta di un indice di tipo additivo, costruito a partire dalla conversione delle variabili di tipo categorico - corrispondenti alle possibili risposte – in variabili cardinali attraverso l'attribuzione di un valore in un intervallo dato. Le risposte sono state poi addizionate a costruire un indice, con valori possibili da 0 a 16. I risultati sono stati

poi codificati seguendo il seguente criterio:

- da 0 a 4: livello basso di utilizzo di Internet da parte delle dipendenti
- da 4 a 8: livello medio-basso di utilizzo di Internet da parte delle dipendenti
- da 8 a 12: livello medio-alto di utilizzo di Internet da parte delle dipendenti
- da 12 a 16: livello alto di utilizzo di Internet da parte delle dipendenti

1. il quesito di partenza nella costruzione dell'indice è la domanda numero 9 del questionario, relativa alle attività svolte con Internet. In questo caso è stato scelto di associare il punteggio di 1 ad ogni tipo di attività, e precisamente:

- spedire e/o ricevere *email*
- consultare un *wiki*
- partecipare a *social networks*
- inviare messaggi su *chat/blog/forum/newsgroups...*
- telefonare e/o effettuare videochiamate
- esprimere opinioni su tematiche politiche e sociali
- partecipare a consultazioni e/o votazioni su tematiche politiche e sociali

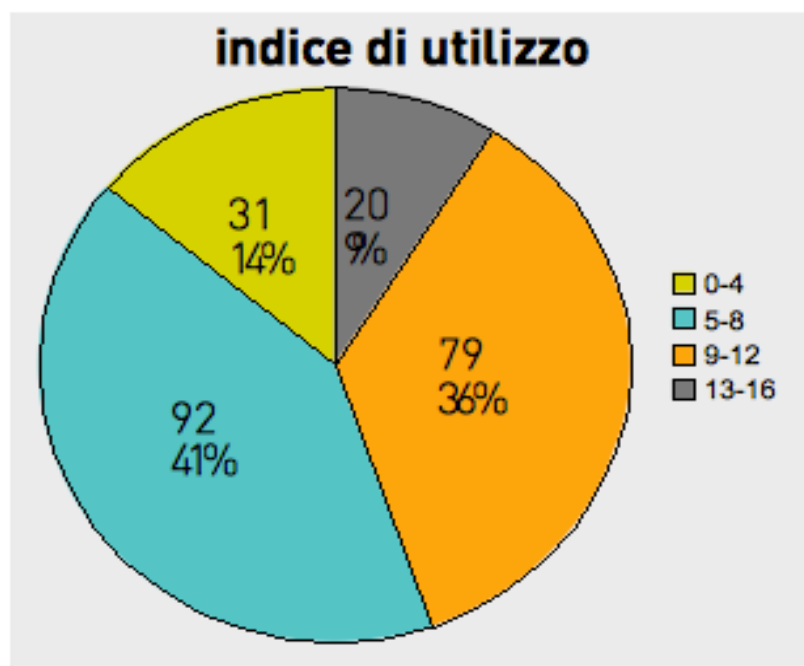
2. il secondo indicatore preso in considerazione – ed espresso dalla domanda numero 10 – è stato quello relativo ai servizi *online* utilizzati. Le possibili risposte erano quattro:

- sì, frequentemente (3 punti)

- sì, raramente (2 punti)
- no, ma sono intenzionata a farlo (1 punto)
- no, mai (0 punti)

In questo caso è stato ritenuto opportuno creare una scala di valori da assegnare ad ogni risposta fornita dalle 222 dipendenti che hanno risposto al questionario. Secondo una logica di frequenza di utilizzo, che quindi tendesse a “premiare” chi usa più di frequente un determinato servizio, è stato assegnato il punteggio più alto, 3 punti, alle intervistate che hanno risposto “sì, frequentemente”; 2 punti a chi ha risposto “sì, raramente”; 1 punto a chi ha risposto “no, ma sono intenzionata a farlo”; ed infine 0 punti alla risposta “no, mai”.

Una volta assegnato un punteggio ad ogni risposta, sono stati sommati i punti che ogni dipendente ha ottenuto secondo le modalità già espone in precedenza.



CAPITOLO IV

CONFRONTO CON I DATI ISTAT E CONCLUSIONI

4.1 *Confronto con i dati Istat*

L'analisi prosegue con un confronto dei dati ricavati dalle risposte al questionario sottoposto alle dipendenti di IBM Italia con i dati pubblicati nel rapporto Istat “I cittadini e le nuove tecnologie” del 2013, da cui è stato preso spunto per le domande della *survey*.

In particolare è stata presa in considerazione prima la domanda 9), sulle attività svolte con Internet, e poi la numero 10), sui servizi utilizzati.

4.1.1 *domanda 9): Attività svolte con Internet*

Per una corretta comparazione tra i dati del campione della *survey* e i dati rilevati dall'ISTAT, si è proseguito con una attività di normalizzazione sui dati del campione della *survey*. Tale attività, suddivisa nei tre *step* di seguito descritti, mi ha consentito di aggregare i dati raccolti tramite il questionario, in modo tale da essere confrontabili con i dati ISTAT:

- Le classi di età non sono calcolate sul millesimo come per i grafici precedenti illustrati, ma per età effettiva: questo perché nel report Istat sono riportate appunto le età effettive (25; 26; 27; 28; ecc...);

- Sono state modificate le modalità di aggregazione in classi di età sul modello di quelle del report Istat: ai fini della ricerca in IBM era infatti utile che ad ogni classe corrispondesse un decennio, in quanto si pensava che le differenze sarebbero state più significative di decennio in decennio, piuttosto che tra classi di età più piccole (come ad esempio di 5 anni in 5 anni). Tuttavia nel *report* Istat le classe di età sono diverse e soprattutto disomogenee, e sono le seguenti: 3-5; 6-10; 11-14; 15-17; 18-19; 20-24; 25-34; 35-44; 45-54; 55-59; 60-64; 65-74; 75 e più. Di queste 13 classi sono state prese in considerazione ovviamente solo quelle utili per un confronto con le classi del questionario, ovvero: 25-34; 35-44; 45-54; 55-59. Successivamente sono stati riaggregati i dati risultanti dalla *survey* in modo da creare le stesse classi, e da rendere possibile il confronto;
- Il campione delle dipendenti IBM è stato diminuito di una unità (221 invece che 222), dal momento che nella fascia d'età 59-64 era presente solo un'intervistata: è stata quindi tirata fuori dal campione al momento del confronto con i dati Istat.

Di seguito, nella tabella X, sono riportati i dati di confronto della domanda 9) sulle attività svolte con Internet, espressi in valori percentuali: in blu sono riportati i valori tratti dal *report* Istat, mentre in nero quelli ricavati dal questionario somministrato alle dipendenti IBM.

Ricordiamo che queste percentuali indicano quante donne hanno risposto positivamente alla domanda 9) sullo svolgimento di alcune attività su Internet.

Classe età		Spedire o ricevere email	Consultare un wiki	Partecipare a social network	Inviare messaggi su chat, blog, newsgroup, forum di discussione online e altro	Telefonare tramite Internet e/o effettuare videochiamate via webcam	Esprimere opinioni su temi sociali o politici	Partecipare a consultazioni o votazioni su temi sociali o politici
25-34	Istat	88,9	62,4	70,4	64,4	42,7	29,0	12,6
	Campione	92,3	84,6	84,6	61,5	38,5	7,7	0,0
35-44	Istat	88	59,1	51,9	46,8	35,3	21,1	10,3
	Campione	100,0	73,0	65,1	58,7	63,5	15,9	17,5
45-54	Istat	86,3	56,3	38	35,5	27,9	17,2	10
	Campione	92,4	72,3	58,0	55,5	30,3	16,0	18,5
55-59	Istat	86,0	51,8	28,4	27,4	26,9	16,2	10,5
	Campione	88,5	76,9	57,7	46,2	42,3	11,5	19,2
Totale	Istat	81,7	58,7	53,2	49,0	34,5	20,9	10,00
	Campione	94,1	73,8	61,5	55,7	41,6	14,9	17,2

E' evidente, in primo luogo, come ad un confronto tra i totali, il campione di donne a cui è stato somministrato il questionario abbia percentuali maggiori rispetto al campione preso in considerazione nel report Istat: questo in tutti i casi tranne che quando si parla di “esprimere opinioni su temi sociali o politici”. La ragione di questo fenomeno è già stata spiegata nello scorso capitolo, quando si è accennato alle *policy* dell'azienda riguardanti questo tema.

Il campione di dipendenti IBM, comunque, appare evidentemente più interessato e sicuramente facilitato verso lo svolgimento di queste attività sul *Web*: questo grazie ad una maggiore alfabetizzazione informatica dovuta sicuramente ad una combinazione di più fattori,

quali la formazione universitaria e post-universitaria, e il fatto di lavorare in un'azienda in cui possedere determinate *skills* è essenziale.

Un elemento che mi sembra importante evidenziare è il fatto che i maggiori scarti percentuali tra i dati del mio campione e quelli dell'Istat si possano trovare non tanto tra le più giovani, che sono sicuramente più “alfabetizzate”, bensì nelle classi di età 45-54 e 55-59.

Inoltre, la fascia delle dipendenti IBM più giovani che hanno risposto alla *survey* risulta essere “allergica” alla politica: infatti, nessuna delle 13 dipendenti appartenenti alla fascia di età 25-34 ha partecipato a consultazioni o votazioni su temi politici o sociali, mentre nel *report* ISTAT riferito alla stessa fascia di età, la percentuale di risposte positive alla stessa domanda risulta essere di 12,6%.

Infine, delle sette domande relative all'utilizzo di Internet, quella dove si rileva una differenza percentuale maggiore tra Campione analizzato e i dati presentati nel report Istat è relativa all'attività di "Consultare un *wiki*".

4.1.2 domanda 10): servizi utilizzati

Nel *report* Istat non sono disponibili tabelle di dati che possono essere messe a confronti con i dati risultanti dalle risposte all'ultima domanda del questionario; tuttavia, nel testo ho ritrovato alcuni dati che possono essere messi a confronto con quelli della *survey*. Di seguito una breve descrizione del confronto dei dati sull'utilizzo dei servizi di *E-government*, di *E-commerce* e dei servizi *Cloud*.

Servizi di E-government:

Da quanto descritto nel report Istat 2013, risulta che

- Quasi tre internauti su dieci navigano per acquisire informazioni dai siti della PA.
- Nel 2014 poco più di 9 milioni di persone di 14 anni e più (29,8% degli utenti di Internet, in aumento dal 28,5% del 2013) hanno utilizzato il web negli ultimi 12 mesi per acquisire informazioni dai siti della PA;
- In tale ambito non si registrano differenze di genere significative, mentre si riscontrano differenze in funzione dell'età. Sono, infatti, soprattutto le persone tra i 45 e i 64 anni ad utilizzare Internet come canale di comunicazione e di scambio con la PA.
- Differenze rilevanti si registrano rispetto alla posizione nella professione, il 45,3% dei dirigenti, imprenditori, liberi professionisti ha utilizzato il web negli ultimi 12 mesi per ottenere informazioni dalla PA, rispetto al 17,5% degli operai;

Nella tabella di seguito riportata, si illustra quanto emerso dall'analisi del campione IBM intervistato:

Servizi di E-government									
Classe d'età	SI,	Si,	No,	No,	Totale	SI,	Si,	No,	No,
	Freq.	Rar.	mai	ma inten		Freq.	Rar.	mai	ma inten
50-59	3	9	6	1	19	15,8%	47,4%	31,6%	5,3%
60-69	12	43	53	7	115	10,4%	37,4%	46,1%	6,1%
70-79	4	31	29	10	74	5,4%	41,9%	39,2%	13,5%
80-89	0	6	7	1	14	0,0%	42,9%	50,0%	7,1%
Totale	19	89	95	19	222	8,6%	40,1%	42,8%	8,6%

Per quanto riguarda l'aspetto dell'e-government, il campione IBM ha invece risposto SI nel 48,7% dei casi (sommando i SI Frequentemente e i SI raramente), dimostrando una maggiore propensione all'utilizzo di questi servizi rispetto al campione ISTAT.

Servizi di E-commerce

- Il 34,1% degli individui di 14 anni e più che hanno navigato su Internet nei 12 mesi precedenti l'intervista ha effettuato nello stesso periodo di riferimento, transazioni commerciali, ordinato e/o comprato merci e/o servizi per uso privato (10 milioni e 321 mila persone).

Servizi di E-commerce									
Classe d'età	SI, Freq.	Si, Rar.	No, mai	No, ma inten	Totale	SI, Freq.	Si, Rar.	No, mai	No, ma inten
50-59	2	9	7	1	19	10,5%	47,4%	36,8%	5,3%
60-69	40	57	14	4	115	34,8%	49,6%	12,2%	3,5%
70-79	39	28	7	0	74	52,7%	37,8%	9,5%	0,0%
80-89	7	5	1	1	14	50,0%	35,7%	7,1%	7,1%
Totale	88	99	29	6	222	39,6%	44,6%	13,1%	2,7%

Anche per l'E-commerce, la percentuale di risposte positive del campione IBM è nettamente superiore a quelle del campione ISTAT, l'84,2% contro il 34,1%.

Servizi Cloud

- Nel corso degli ultimi anni si è andato sempre più diffondendo la possibilità di essere connessi alla rete in qualsiasi momento e in qualsiasi luogo. Nel 2014, sono circa 11 milioni e 396 mila le persone di 14 anni e più che hanno dichiarato di aver usato il web negli ultimi tre mesi connettendosi in luoghi diversi da casa o dal posto di lavoro con un dispositivo portatile (pari al 38,8% di chi ha usato Internet negli ultimi 3 mesi).

Servizi Cloud									
Classe d'età	SI, Freq.	Si, Rar.	No, mai	No, ma inten	Totale	SI, Freq.	Si, Rar.	No, mai	No, ma inten
50-59	0	4	12	3	19	0,0%	21,1%	63,2%	15,8%
60-69	16	36	48	15	115	13,9%	31,3%	41,7%	13,0%
70-79	12	20	27	15	74	16,2%	27,0%	36,5%	20,3%
80-89	6	3	3	2	14	42,9%	21,4%	21,4%	14,3%
Totale	34	63	90	35	222	15,3%	28,4%	40,5%	15,8%

Meno evidente il gap tra i due campioni per i servizi **Cloud**: 43,7% per il campione IBM, 38,8% per il campione Istat.

4.2 *Intervista con la Network Leader del WiT*

Al fine di conoscere più a fondo il campione, e di ricevere un parere “interno” sui dati analizzati, mi è stata data la possibilità di effettuare un'intervista telefonica con la Dottoressa Mason, Leader del già citato Network WiT (*Women in Technologies*). Di seguito sono riportati alcuni stralci dell'intervista:

D: all'interno di un'azienda come IBM Italia il *networking* è

sicuramente molto importante: in concreto, di cosa vi occupate?

R: sicuramente una cosa importante da sottolineare è il fatto che il WiT è un *Network* che funziona ad “accesso libero”, nel senso che fa leva sull'attività volontaria: ogni donna che ne fa parte, infatti, di lavoro fa tutt'altro (io ad esempio sono *Senior Certified Executive Architect*), e mette a disposizione del *Network* la propria disponibilità e il proprio tempo. Il WiT nasce a livello americano, e viene portato nel 2003 in Europa, e l'anno successivo in Italia, con l'obiettivo principe della promozione, sia all'interno che all'esterno, delle carriere professionali femminili e tecniche. Inoltre ci occupiamo anche di aiutare le donne a far conoscere la propria attività, le specializzazioni acquisite attraverso corsi, le iniziative esterne a cui si è partecipato. Per promuovere questi obiettivi, le attività che svolgiamo sono molteplici, e tra queste abbiamo:

- una serie di gruppi di lavoro composti da donne di tutte le direzioni di IBM Italia, che studiando l'azienda creano documentazione utile;
- una trasmissione, “Radio WiT”, che va in onda in azienda ogni primo martedì del mese dalle 9 alle 9.30 e funziona da *call* telefonica. In quella mezz'ora una donna “tecnica” racconta un progetto o un'esperienza particolarmente formativa che ha fatto di recente. È una trasmissione aperta a tutti, ma le *speaker* sono solo donne: è un modo “*soft*” per raccontare e condividere la propria esperienza, e per farsi conoscere;
- tra le iniziative verso l'esterno, alcune si occupano di promuovere le cosiddette “aree STEM” nelle scuole. Tra queste troviamo “Missione su Marte”, che attraverso l'IBM *On Demand Community*

(programma che agisce sempre su base volontaria) si occupa di promuovere l'attività di robotica nelle scuole, attraverso lo sviluppo di un progetto in piccoli gruppi, e il progetto Nerd, che invece si occupa di avvicinare le studentesse liceali alle tecnologie attraverso un concorso a gruppi finalizzato alla costruzione di una *app*;

- ogni anno, in collaborazione con il WLC (*Women Leadership Council*) si svolge un evento che tratta di anno in anno un tema diverso: quest'anno ad esempio si è parlato delle strategie *personal branding*;
- il *Council*, formato da una decina di donne, ognuna delle quali, in parallelo con le mansioni svolte in azienda, si fa promotrice di una certa attività (dalla radio ai progetti nelle scuole al discorso sui brevetti).

D: una delle domande del questionario riguardava il “dove” si lavora prevalentemente: la percentuale delle dipendenti IBM che ha risposto “da casa/in altri luoghi” è molto più alta rispetto alla media italiana. Quanto è importante avere la possibilità del telelavoro, soprattutto per una donna?

R: dal canto mio, preferisco di gran lunga lavorare in ufficio, per stare in contatto con l'ambiente, con i colleghi. Tuttavia sono consapevole del fatto che avere la possibilità di lavorare da casa sia un'ottima cosa e una grande opportunità: è di grande aiuto soprattutto per chi ha bisogno di orari flessibili, perché deve badare ai figli o per altri motivi. Ormai con le tecnologie a disposizione (*smartphone, tablet* e quant'altro) sei sempre connessa, e avere la possibilità di gestire i tuoi orari lavorando da casa è sicuramente un valore

aggiunto: diventa un lavoro per obiettivi, nel bene e nel male.

D: lei percepisce, in ambiente lavorativo ma anche al di fuori, differenze di genere nell'uso delle tecnologie? Se sì, si ripercuotono in ambito lavorativo?

R: a mio parere è un discorso prettamente di mentalità: esiste un gap culturale alla base che si ripercuote in ambito lavorativo, dai salari agli atteggiamenti. Io stessa mi trovo quasi sempre in situazioni in cui sono l'unica donna. Sicuramente servono nuove leve, e torniamo al discorso dell'importanza della promozione delle aree STEM nelle scuole. C'è molto lavoro da fare: colmare questo *gap* è doveroso, e può portare ad un maggiore equilibrio, in un più ampio discorso lavorativo, ma anche economico, sociale e politico.

4.3 Conclusioni

Dall'esito di questa breve ricerca appare chiaro come il fenomeno del *Digital Gender Gap* sia, nel contesto analizzato, e a livello più ampio in Italia, un problema prevalentemente di “uso”. Si ritorna quindi al discorso affrontato nel primo capitolo di questo elaborato: non esiste un collegamento diretto tra accesso e utilizzo delle nuove tecnologie.

Il problema è infatti radicato più in profondità e, come affermato anche dalla *Network Leader* del WiT in IBM, è principalmente un problema culturale. Le giovani donne non sono abbastanza incentivate a specializzarsi in ambiti prettamente “tecnici”, iscrivendosi ad esempio in facoltà universitarie appartenenti alle cosiddette “aree STEM”, e questo si ripercuote sia sulle scelte lavorative che sull'utilizzo delle

nuove tecnologie nell'ambito privato. E' già tra i banchi di scuola che si consuma il *gap* nell'universo *hi-tech*: la “selezione” di genere comincia infatti molto prima dell'iscrizione in facoltà scientifiche, tra stereotipi culturali, pregiudizi e sfiducia nelle proprie capacità in settori tradizionalmente propri dell'universo maschile.

Durante un colloquio telefonico con la *HR Diversity Leader* di IBM, la Dottoressa Disanesebastiano, che mi ha aiutata e sostenuta in questo percorso, lei stessa ha affermato che il problema della ridotta presenza di leve femminili in azienda (che comunque vanta una percentuale di donne tecniche molto più elevata rispetto alla media italiana) non sia risolvibile ad esempio con un semplice programma di “quote”, in quanto esiste una forte disomogeneità di genere nelle figure professionali specializzate che si candidano per lavorare in azienda: è un dato di fatto che queste figure siano per la maggior parte uomini.

Le donne, infatti, una volta completato il loro percorso di studi tecnico-scientifico e trovato un impiego, si scontrano con il cosiddetto “soffitto di cristallo”.

Sarebbe interessante sottoporre la *survey* ad un omogeneo campione maschile per verificare se esistono o meno differenze rispetto a quello femminile, riguardo agli argomenti analizzati nella tesi.

A questo proposito si potrebbe indagare, in una fase successiva di ricerca, l'entità del *digital pay gap*, legato sia all'età anagrafica che all'anzianità in azienda, che al titolo di studio conseguito.

Un particolare approfondimento, sempre nell'ambito dell'universo femminile in IBM Italia o in azienda analoga, potrebbe essere svolto poi per verificare se la presenza di uno o più figli abbia condizionato negativamente il proprio percorso di carriera.

BIBLIOGRAFIA

- Bracciale, R. (2011) Donne nella rete – Disuguaglianze digitali di genere, Milano, Franco angeli ed.
- Braidotti, R. (1996), Madri, mostri e macchine, Roma, Manifestolibri.
- Braidotti, R. (1995), Soggetto nomade. Femminismo e crisi della modernità, Roma, Donzelli
- Capecchi S. (2006), Identità di genere e media, Carocci, Roma
- Castells, M. (2002), La nascita della società in rete, Milano, Università Bocconi ed.
- Castells, M. (2013), Galassia Internet, Milano, Feltrinelli
- Cooper J. , Weaver K. (2003) Gender and Computers: Understanding the Digital Divide, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ
- Crozier, M, (1990), Le imprese in ascolto. Il management nel periodo post-industriale, Il Sole 24 ore, Media & Impresa
- De Blasio, E. (2014), Democrazia Digitale. Una piccola introduzione, Roma, Luiss University Press
- DiMaggio, P., Hargittai, E. e altri, (2001) , Social implication of the Internet, in Annual. Review Sociology. Vol. 27
- Galimberti B., Riva C. (2002) Il soggetto nella rete. Per una psicosociologia del cyberspazio, Carrocci, Roma
- Haraway, D. (1994) Manifesto Cyborg, Donne, tecnologie e

biopolitiche del corpo, Milano, Feltrinelli.

- Iannone, R. (2007) Società dis-connesse: le sfide del digital divide, Armando ed.
- Maney, Hamm, O'Brien (2011), Costruire un mondo migliore. Le idee che hanno plasmato un secolo e un'azienda, IBM Press-Pearson plc
- McLuhan, M. (1991), La galassia Gutenberg: nascita dell'uomo tipografico, Armando ed.
- Merlo, G., La Capria, C., Corti, P. (2005), Dentro o fuori- Il divario sociale in Internet, Milano, Guerini Studio
- Norris P. (2001) Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide, Cambridge University Press, Cambridge
- Ponzellin A.M. (2005) Quando si lavora con le tecnologie. Donne e uomini nelle professioni dell'Information & Communication Technology, Edizioni Lavoro, Roma
- Ruspini E. (2003) Le identità di genere, Carocci , Roma
- Sartori, L. (2006) Il divario digitale. Internet e le nuove disuguaglianze sociali, Bologna, il Mulino.
- Terranova T. (1996) Corpi nella rete, Pre.Testi Costa&Nolan, Genova

SITOGRAFIA

Testi consultati in rete

- Bimber, B. (2000), Measuring the Gender Gap on the Internet
[http://www.dleg.state.mi.us/mpsc/electric/workgroups/lowinco
me/internet_gender_gap.pdf](http://www.dleg.state.mi.us/mpsc/electric/workgroups/lowinco
me/internet_gender_gap.pdf)
- Blake J., Working Women and Social Networking Online, Web
Upon , 29 gennaio 2011
[http://webupon.com/social-networks/working-women-and-
social-networking-online](http://webupon.com/social-networks/working-women-and-
social-networking-online)
- Daley W.M., Falling through the net: defining the digital divide,
National Telecommunications and Information Administration –
U.S. Department of Commerce.
<http://www.ntia.doc.gov/ntiahome/digitaldivide>
- EIGE, Review of the implementation of the Beijing Platform
for Action in the EU Member States: Women and the Media.
Report, giugno 2013
[http://eige.europa.eu/sites/default/files/MH3113742ENC-
Women-and-MediaReport-EIGE.pdf](http://eige.europa.eu/sites/default/files/MH3113742ENC-
Women-and-MediaReport-EIGE.pdf)
- Foggetti, L., Le donne e il web: le donne stanno conquistando
Internet? [http://www.girlgeeklife.com/2013/02/le-donne-e-il-
web-le-donnestannoconquistando-internet//](http://www.girlgeeklife.com/2013/02/le-donne-e-il-
web-le-donnestannoconquistando-internet//)

- Hargittai, E. (2004) Digital inequality. Differences in young adults' use of the Internet
<http://www.eszter.com/research/pubs/A25.Hargittai.Hinnant-DigitalInequality.pdf>
- Hilbert, M. (2011), Digital gender divide or technologically empowered women in developing countries?
<http://www.martinhilbert.net/DigitalGenderDivide.pdf>
- Istat Report 2013: Cittadini e nuove tecnologie
<http://www.istat.it/it/archivio/108009>
- Istat Report 2014: Cittadini e nuove tecnologie
<http://www.istat.it/it/archivio/143073>
- Le donne e la rete. Intervista di Caterina Della Torre a Giancarlo Livraghi
<http://www.gandalf.it/offline/dols.htm>
- European Commission, Women's careers and ICT: An untapped potential, Brussel 2007
http://europa.eu/rapid/press-release_IP-07-305_en.htm?locale=en
- Manfredi A., Rete, blog e social media. Voci di donna dal web alla piazza, La Repubblica , 15 marzo 2011
http://www.repubblica.it/esteri/2011/03/15/news/intervista_sond_es_ben_khalifa13634909/

- Mattarella, S., Messaggio del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella al Parlamento nel giorno del giuramento, 3 febbraio 2015

<http://www.quirinale.it/elementi/Continua.aspx?tipo=Discorso&key=3>
- Rozner, E. (1997) Have, Have not, and Have-to-Haves: Net effect of the Digital Divide,
http://cyber.law.harvard.edu/fallsem98/final_papers/Rozner.html
- Tebano, E. (2014) Gender Gap Report: il problema per le donne italiane è il mondo del lavoro

<http://27esimaora.corriere.it/articolo/gender-gap-report-il-problema-per-le-donne-italiane-e-il-mondo-del-lavoro/>
- Turkle S., Il computer-linguaggio discrimina le donne, in La Repubblica.it, 31 maggio 1999.
<http://www.repubblica.it/online/internet/mediamente/turkle/turkle.it>
- US Department of Commerce, Women in STEM: a Gender Gap to Innovation

<http://www.esa.doc.gov/sites/default/files/womeninstemagaptoinnovation8311.pdf>
- van Dijk e Hacker (2003), The digital divide as a complex and dynamic phenomenon

<http://doc.utwente.nl/58689/1/Dijk03digital.pdf>

- Zanetti F., Digital Divide: analisi del fenomeno e prospettive di superamento.

<http://www.add.ecipar.it>

- Zuliani, A. (2010), Pesi e misure del gender gap globale

<http://www.ingenero.it/articoli/pesi-e-misure-del-gender-gap-globale>

- World Economic Forum, The Gender Gap Report (2014)

<http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2014/report-highlights/>

Siti consultati

- AAWW – Empowering Women since 1881 – organizzazione no profit

<http://www.aauw.org/what-we-do/stem-education/>

- Ngcproject – National Girls Collaborative Project

<http://www.ngcproject.org/statistics>

- Cenerentola – Mensile libertario

<http://www.cenerentola.info/index.php/recensioni-libri/556-donna-haraway-e-il-cyberfemminismo>

- Dol's Magazine- Donne e New Media

www.dols.net

- Edita Literary Agency – Blog di Innovazione/Comunicazione
<http://www.editaliteraryagency.blogspot.i/2008/04/il-cyberfemminismo-secondo-cinziagreco.html?m=1>
- Girl Geek Life – Il magazine delle ragazze appassionate di tecnologia
<http://www.girlgeeklife.com/>
- GirlGeeks – comunity per donne e ragazze interessate alle tecnologie
<http://www.girlgeeks.org/>
- Girls in Tech – social network enterprise globale focalizzato sull'empowerment, l'impegno e la formazione delle donne nel settore della tecnologia
<http://www.girlsintech.it/>
- Girls Who Code – programma rivolto ad incoraggiare le ragazze con skills informatiche a cogliere le opportunità del 21° secolo
<https://girlswhocode.com/>
- Il corpo delle donne – il blog di Lorella Zanardo
http://www.ilcorpodelledonne.net/?page_id=89
- Ingenere – Dati, politiche e questioni di genere
<http://www.ingenero.it/articoli/stem-perche-cosi-poche>
- Sito IBM Italia
<http://www.ibm.com/it/it/>
- Sito ISTAT
<http://www3.istat.it>

- Okinawa Charter on Global Information Society
<http://www.mofa.go.jp/policy/economy/summit/2000/charter.html>
- Progetto Nerd – Università degli Studi Milano-Bicocca
<http://www.unimib.it/open/eventi/Welcome-Girls-Presentazione-del-progetto-NERD-2015/7103647821303937701>
- Sito di Donna Haraway presso la European Graduate School
<http://www.egs.edu/faculty/donna-haraway/biography/>
- Techeconomy – portale di informazione dedicato a chi vuole capire come l'Information Technology stia cambiando l'economia, e con essa la società
<http://www.techeconomy.it/2013/05/15/donne-e-tecnologie-con-microsoft-a-firenze-per-un-binomio-vincente/>
- Techschool – sito dedicato a chi vuole fare carriera nelle aree STEM
<http://www.techschool.com/blog/articles/10-inspiring-women-stem-professors.html>
- Wikipedia – l'Enciclopedia libera
https://en.wikipedia.org/wiki/STEM_fields
https://it.wikipedia.org/wiki/Donna_Haraway
<https://it.wikipedia.org/wiki/Cyborg>