

ATTUALITÀ *— qualcosa su cui pensare*

speciale  
hi-tech

Maneggiano i navigatori meglio dei maschi, si divertono con l'ultimo modello di iPod e sanno convincere il computer a non fare i capricci. Vi raccontiamo la nuova passione che fa battere il cuore delle donne

Eva Longoria mostra al marito come si usa la digitale nuova di zecca.



# Ma chi lo dice che la tecnologia non è un gioco da ragazze?

Le chiamano girls geek e sono le ragazze vincenti dell'hi-tech. Maneggiano i navigatori gps meglio dei maschi, praticano il culto dell'iPod e, se si ammala il pc, sanno come curarlo. Il gap tecnologico che vede (ancora) le donne italiane in posizione arretrata rispetto agli uomini proprio non le riguarda. E comunque presto, con le nuove generazioni, arriveremo a una vera tecno-parità, sostengono sul loro sito ([www.girlgeekdinneritalia.com](http://www.girlgeekdinneritalia.com)). Nulla di sorprendente. Da sempre le donne usano la tecnologia per scopi pratici nella vita quotidiana e in questo sono certamente più brave dei partner (alzi la mano il maschio che conosce i programmi del-

la lavatrice di casa). Il sesso forte ha avuto la meglio finora soltanto perché il cosiddetto hi-tech di consumo, pc compresi, era inutilmente complicato da usare e rappresentava più un hobby che una necessità. E le donne per gli hobby, si sa, hanno poco tempo. Ma le cose cambiano e il fenomeno delle girls geek non è affatto una mosca bianca.

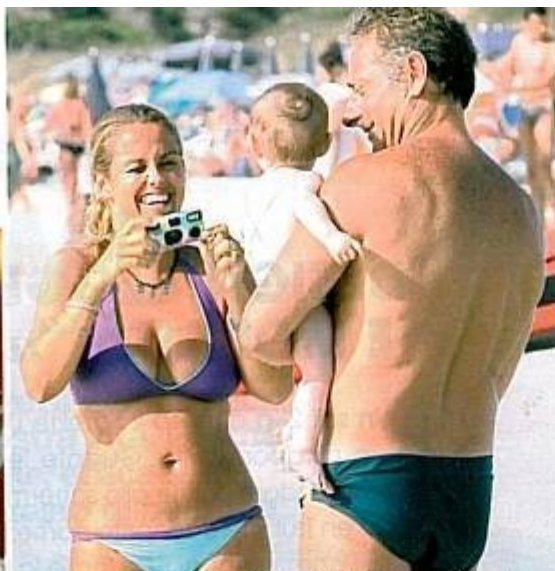
Declinare la tecnologia al femminile è per esempio al centro della conferenza internazionale Women & Technologies che si è svolta qualche giorno fa (l'8 settembre) a Milano. «Noi meno brave degli uomini in fatto di hi-tech? Pensarlo è soltanto uno stereotipo» puntualizza Gianna Mar-

tingo, organizzatrice dell'evento. «La necessità di conciliare lavoro e famiglia e una forte predisposizione alla comunicazione e al dialogo, la creatività nel lavoro e nel tempo libero, ci spingono ad avvicinarci sempre più alle nuove tecnologie». Anche Roberta Cocco, dal 1995 ai vertici della divisione italiana di Marketing e Comunicazione della Microsoft è d'accordo. «Ho tre bambini. Andrea ha sei anni, Anna quattro e poi c'è il più piccolo: Tommaso, due anni e mezzo. Conosco bene la fatica di coniugare la vita privata e quella professionale. In questa corsa contro il tempo la tecnologia mi è di grande aiuto: mi permette di gestire



**Ambra Angiolini smanetta sul telefonino, sotto lo sguardo divertito di Francesco Renga.**

le giornate e di raggiungere gli obiettivi professionali ma anche di rispondere meglio alle esigenze della mia famiglia». Insomma l'hi-tech può diventare un alleato importante delle donne nella loro battaglia quotidiana. E le aziende produttrici di gadget devono averlo già capito: da qualche tempo sfornano sempre più telefonini, pc, lettori mp3 dai colori sgargianti, destinati in primo luogo al pubblico femminile. Scelta azzeccata ma fino a un certo punto. «Quando parliamo di donne, le aziende devono capire una cosa: è ora di scordarsi gli oggetti rosa» sostiene l'esperta di marketing americana Faith Popcorn, autrice del best seller *Eveolution*, sui nuovi mercati al femminile. «Per troppi anni si è pensato che per conquistare le consumatrici bisognasse fare leva su nozioni antiquate di femminilità; cuori, bouquet di fiori, abiti fru fru. Niente di più sbagliato, oggi. Noi donne vogliamo oggetti belli, certo. Ma anche pratici, intuitivi». La parità tecnologica tra i due sessi insomma è in arrivo e non ammette sfumature.



**Foto ricordo per la famiglia Bonolis. Paolo preferisce farsi riprendere: a scattare pensa la moglie Sonia.**

**La modella Rachel Hunter non lascia mai il suo pc. Neanche quando è in vacanza con il fidanzato.**



## Cari uomini imparate da loro

### Teenager imbattibili al pc

Nella fascia di età tra i 18 e i 19 anni, le donne che usano il computer sono il **76,4%** contro il **73,3%** degli uomini.

### Tutte a scuola di informatica

I corsi di informatica sono seguiti più dalle donne (**45,5%** degli studenti) che dagli uomini (**39%**). Mariti e fidanzati pensano di saperne già abbastanza (**47,5%** rispetto al **40,2%**). Ma sarà sempre vero?

### Sul web senza perdere tempo

Le donne usano Internet per semplificarci la vita e trovare informazioni utili: per esempio navigano di più nei siti che si occupano di alimentazione e salute (**42%** delle donne contro il **34,4%** degli uomini). Mariti e fidanzati invece spesso si collegano per scaricare software (**37%** contro il **18,7%** delle donne) e per giocare o scaricare giochi, immagini e file musicali (**44,2%** di uomini contro il **34,4%** di donne).

### Signore dello shopping elettronico

Dei circa 200 miliardi di dollari spesi nel 2007 per gli acquisti hi-tech negli Stati Uniti, 90 miliardi, cioè il **45%**, sono stati pagati direttamente da una donna. E, chiunque sia a pagare, in nove casi su dieci è sempre una donna a influenzare l'acquisto.

### Bravissime con i videogame

Qualcuno pensa ancora che alle donne non piacciono i videogame? Con gli ultimi dati in arrivo dall'America dovrà ricredersi. Le donne sono il **38%** degli appassionati. E quelle sopra i 40 anni sono addirittura il gruppo demografico che passa più tempo in assoluto alla console.

DATI TRATTI DA: La tecnologia dell'informazione e della comunicazione: disponibilità nelle famiglie e utilizzo degli individui. Indagine Istat 2007; The Truth About Women and Consumer Electronics 2007; Videogame, ricerca IbisWorld 2008