



GENDER GAP

Digitale e femminile

È sempre più necessaria una via femminile alla tecnologia capace di portare i valori propri del femminile in un approccio alla tecnologia oggi pervaso di valori maschili.

di Simona Scarpaleggia e Andrea Granelli

Si parla molto, e certamente con grave ritardo, di parità di genere e di emancipazione economica delle donne in Italia. Se ne parla per indicare che il divario occupazionale, retributivo e contributivo tra uomini e donne costituisce un grave elemento di squilibrio economico e sociale, oltre che un'ingiustizia e una mancanza di rispetto per i diritti umani. Se ne parla anche perché esiste una pressione crescente da parte di cittadini, consumatori, investitori affinché siano date pari opportunità alle donne e agli uomini nel mondo del lavoro. Se ne parla, infine, perché le istituzioni - ad esempio la Comunità Europea con New Generation EU e il governo italiano con il PNRR - richiedono misure concrete per ridurre il divario economico e occupazionale tra uomini e donne e dimostrazione oggettiva dell'impegno delle organizzazioni in questa direzione.

Uno dei divari più evidenti e rilevanti è quello digitale. Secondo il Women in Digital (WiD) Scoreboard 2020 realizzato dalla Commissione europea, nell'Unione Europea solo il 17,7% di specialisti Ict (tecnologie dell'informazione e della comunicazione) sono donne e in Italia solo il 14,8%. Questo divario è a sua volta costituito da un gap di competenze digitali tra uomini e donne e da una maggiore difficoltà di accesso al digitale per le donne. Trope poche donne sono impiegate - in tutti i settori - in lavori ad elevata digitalizzazione o con prospettive di impiego di nuove tecnologie, troppe poche ragazze sono iscritte a facoltà STEM (discipline scientifiche, tecnologiche, ingegneristiche e matematiche). Non possiamo quindi ignorare alcuni ostacoli ed elementi di difficoltà.

Inoltre, il sistema scolastico è in ritardo sia in termini di programmi, sia di strumenti, sia - soprattutto - di adeguata

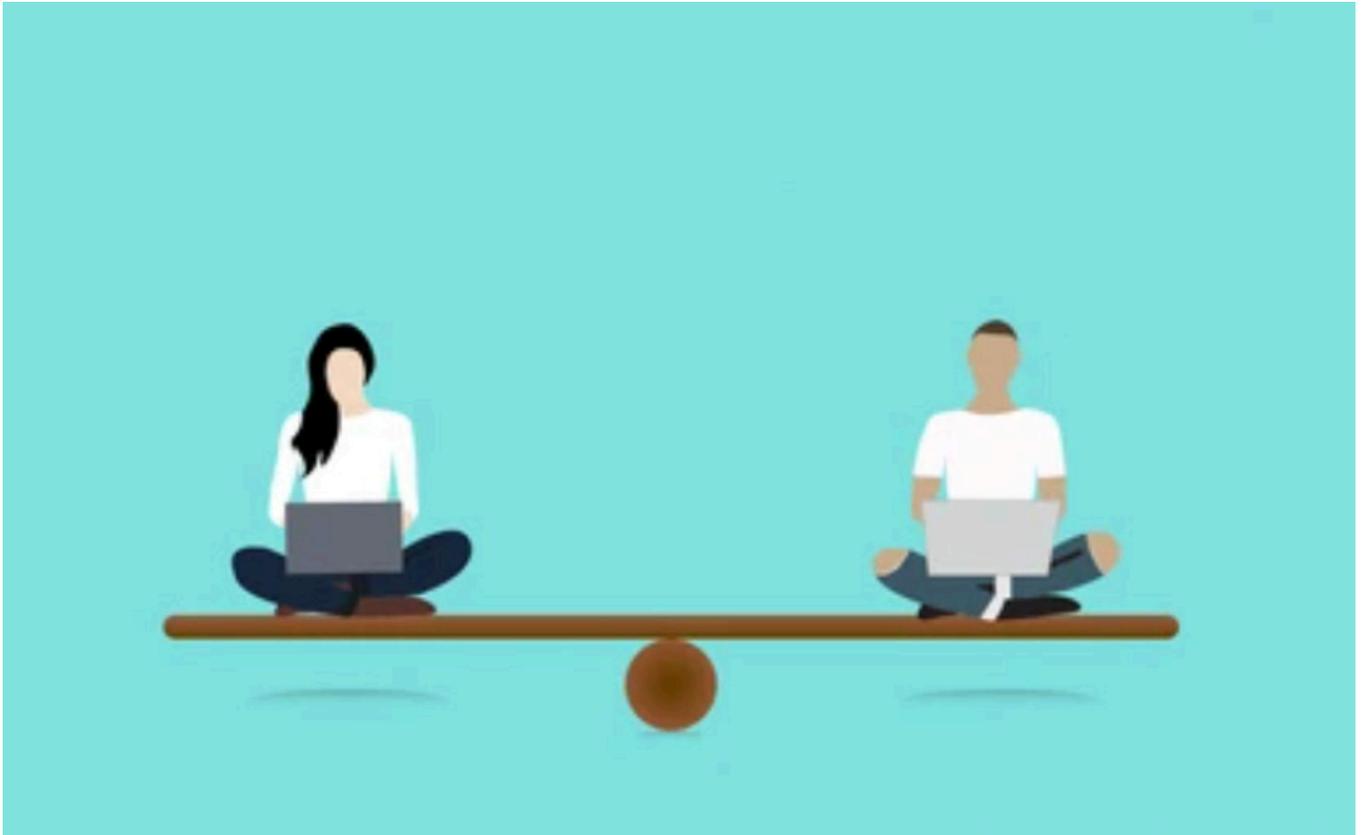
riqualificazione del corpo docente. Ne risulta che l'educazione digitale per le persone in età scolare è di natura principalmente autodidatta o, comunque, erogata al di fuori del circuito scolastico.

Un terzo e più subdolo ostacolo è dato dal fatto che molti software e sistemi di intelligenza artificiale sono costruiti sulla base di pregiudizi (consci o inconsci) che influenzano scelte e comportamenti contribuendo ad allargare la distanza sia in termini professionali che di leadership tra uomini e donne.

L'innovazione digitale e, più in generale, il processo di digitalizzazione che investe la gran parte dei settori ed i principali processi produttivi, di erogazione di servizi, di commercializzazione e di comunicazione sono un'occasione straordinaria per realizzare l'inclusione digitale e chiudere il divario tra uomini e donne e accelerare l'emancipazione economica femminile.

Per raggiungere l'inclusione le donne devono avere accesso al digitale. Questo significa conoscere le possibilità di utilizzo di strumenti e tecnologie, approfondire le tecniche e avere la possibilità di accedere al digitale anche da un punto di vista economico. In altre parole, le donne devono essere messe in grado, al pari degli uomini, di capire l'evoluzione della tecnologia e come essa influenza la nostra vita di tutti i giorni sia a casa che al lavoro.

Sia ben chiaro, il tema non è una intrinseca difficoltà delle donne a muoversi nel digitale o una loro minore inclinazione a utilizzare capacità cognitive legate al digitale, come per esempio le capacità analitiche o il pensiero lineare considerati più tipicamente maschili. Il punto è come si possano inserire e valorizzare le complementarità tra l'approccio analitico e



lineare e quello più sintetico, a rete, e creativo considerato più tipicamente femminile.

Ma l'insufficiente presenza delle donne nel mondo digitale comporta un altro problema, poco discusso ma secondo noi particolarmente rilevante: il contributo del femminile a un uso più pieno, equilibrato ed *human-centred* delle tecnologie digitali.

DONNE E TECNOLOGIA

Ancorchè poco note e anche meno valorizzate, ci sono state infatti nella storia della scienza e della tecnologia donne che hanno avuto un ruolo fondamentale di scoperta, creazione e applicazione. Partendo proprio dal digitale, basti ricordare Ada Lovelace Byron, brillante matematica, da molti ora ricordata come la prima programmatrice di computer al mondo grazie al fatto di avere compreso la programmabilità (e non semplice azionabilità) delle prime macchine calcolatrici. Per ricordare questo fondamentale evento della storia del digitale, il Ministero della Difesa statunitense ha scelto il suo nome (Ada) per battezzare uno dei primi linguaggi di programmazione modulare e orientato agli oggetti. Pensiamo anche a Hedy Lamarr - forse più famosa per la sua bellezza di attrice - che sviluppò un sistema di modulazione per la codifica di informazioni su frequenze radio verso un apparato che li riceveva nello stesso

ordine con il quale erano state trasmesse, che divenne la base per sistemi usati nella telefonia e nelle reti wireless; o Margaret Hamilton, che ha sviluppato il software di bordo per il programma Apollo, solo per citarne alcune.

Ma anche le cosiddette *hard science* sono popolate di donne scienziate. Come non ricordare ad esempio Marie Skłodowska Curie, premio Nobel per i suoi studi sulla radioattività? Rimane celebre un aneddoto che la riguarda: a un giornalista che le chiese come ci si sentisse ad aver sposato un genio, la Curie rispose: «Non so, chiedetelo a mio marito».

Ma anche Fabiola Gianotti, non solo la prima donna a guidare il Cern - il più importante laboratorio al mondo di fisica delle particelle elementari - ma il primo manager ad aver rinnovato l'incarico. E anche Dava Newman, vice amministratore dell'Agenzia spaziale americana e professore di aeronautica, astronautica e ingegneria dei sistemi al MIT. E l'elenco potrebbe continuare.

Degno di nota è stata, in Italia, la recente nomina di tre donne scienziate a ruoli apicali: Maria Messa a guidare il Ministero dell'Università e della Ricerca, Maria Chiara Carrozza come presidente del CNR e Antonella Polimeni come rettrice dell'Università Sapienza di Roma, la più grande università italiana.

Non ultima Gitanjali Rao, finita sulla copertina di *Time* come "Kid of the Year": ha 15 anni e ha già portato a termine



GENDER GAP

un'invenzione: un dispositivo portatile in grado di rilevare la presenza di piombo nell'acqua, rendendo identificabile quella potabile.

DONNE E FEMMININO: DIMENSIONI SIMILI MA DISTINTE

Tornando alla rivoluzione digitale, rimangono tutt'ora molte ombre. Richiamiamo qualche fatto: è nel gennaio del 2000 che il gap digitale diventa un problema dell'intero pianeta. A Davos, durante l'incontro annuale del World Economic Forum, sono numerosi gli interventi che segnalano l'esistenza di una disparità nella diffusione delle tecnologie dell'informazione e la necessità di provare a superare questo divario. Viene allora creata la prima Task Force – Bridging the Digital Divide – alla quale parteciparono molti gruppi dell'high tech. Qualche mese dopo l'Unione europea approva il Piano d'azione eEurope 2002. Infine, nel 2015, l'Unione Europa decide di misurare l'entità di questo gap lanciando l'indice DESI relativo alla digitalizzazione economica e sociale. Da quel lontano 2015, l'Italia è sempre rimasta terz'ultima per penetrazione del digitale. Inoltre, il tasso sfrenato di automazione, unito a un non sufficiente controllo delle dimensioni soft dello smart work imposto a valle della pandemia, ha aumentato il disagio dipendente dall'adozione diffusa di soluzioni digitali.

La sfida è allora far emergere maggiormente il "femminino" nello sviluppo e adozione delle soluzioni digitali. Interessante un passaggio di Papa Francesco nel mettere a fuoco il femminile nel suo discorso inaugurale in occasione della Conferenza internazionale "Donne verso l'agenda per lo sviluppo post-2015": bisogna far «emergere i doni incommensurabili di cui Dio ha arricchito la donna, facendola capace

- di comprensione e di dialogo per ricomporre i conflitti grandi e piccoli;
- di sensibilità per sanare le ferite e prendersi cura di ogni vita, anche a livello sociale;
- di misericordia e tenerezza per tenere unite le persone.

Questi aspetti, insieme ad altri, fanno parte di quel "genio femminile" che è necessario possa manifestarsi pienamente, a beneficio di tutta la società».

Non si tratta allora tanto di ribilanciare la presenza femminile, di imporre quote rosa... che fa pensare alle quote latte o alle tessere annonarie. Si tratta di comprendere la potenza generativa, accudente e riparativa del femminile e darle la

giusta espansione; tema ancora più critico per contenere le crescenti dimensioni problematiche della rivoluzione digitale.

Oltretutto, un recente esperimento del MIT (Indirect Reciprocity and the Evolution of Prejudicial Groups) e dell'università di Cardiff ha dimostrato che non solo le intelligenze artificiali possono acquisire i "bias" dei programmatori, ma anche svilupparne in autonomia. E questa assoluta mascolinità nelle soluzioni digitali è sempre più evidente.

Per questi motivi riteniamo che sia necessaria una **via femminile alla tecnologia** capace di portare i valori propri del femminile in un approccio alla tecnologia oggi pervaso di valori maschili:

- che privilegiano l'approccio aguzzo e dividente dell'analisi (a scapito di una loro sintesi);
- che si basano sulla mente calcolante (usando la felice espressione di Heidegger) e ignorano come non scientifico l'intuito e la mente "poetica";
- che vedono la tecnologia come elemento di successo e quindi di differenziazione ed esclusione e non di inclusione e di comunione;
- che si concentrano – nel comprendere e orientare il digitale – sull'expertise ignorando la dimensione sapienziale (e non era un caso che, nell'antichità, la *sapientia/sophia* era rappresentata come una donna).

Nel lavoro per l'emancipazione delle donne, si è spesso verificato che questa viene interpretata come un antagonismo nei confronti degli uomini. Niente di più lontano dalle intenzioni. Siamo convinti che oggi la società abbia bisogno di uomini e donne che lavorino insieme, nel rispetto delle capacità e dei punti di forza di ciascuno e ciascuna. Se viene richiesto alle donne di semplicemente adattarsi e conformarsi alle strutture maschili, non potremo mai beneficiare del loro potenziale. Questo significa che occorre imparare sia a valorizzare che a sviluppare quelle qualità intrinseche del femminile che sono state a lungo soppresse e svalutate nella società. I principi maschili di conquista e controllo, che hanno dominato per millenni, devono essere bilanciati da principi di solidarietà e cura, tipici del femminile. Uso intenzionalmente il termine "femminino" che intende a esprimere qualità intrinseche che possono essere espresse e coltivate sia dalle donne che dagli uomini.

Dietro il femminile si cela anche una potenzialità ancora più grande: quella che gli antichi greci chiamavano *metis*: la sua intelligenza era infatti astuta e obliqua, accorta e polivalente, prudente e mobile. Era per esempio l'intelligenza di Ulisse che non usava la forza – e infatti uno degli epiteti con cui Omero lo nominava era *polumetis*, dalle molte *metis*. Un'intelligenza che attraversa orizzontalmente tutti i settori dell'esperienza concreta e che unisce l'intuito, la sagacia, la previsione, la spigliatezza mentale, la finzione, la capacità di trarsi d'impaccio, la vigile attenzione, il senso dell'opportunità. L'intelligenza metica, dunque, è a suo agio nel regno dell'ambiguo e dell'imprevedibile, come dire nella contempo-



Senza la coesistenza in giusta misura dei principi maschile e femminile, di mascolino e femminile, la vita non “prende vita” e il mondo diventa sterile e improduttivo.

raneità, e sa valorizzare con l'intuito gli *small data*, gli indizi, le informazioni non quantificabili.

È allora sempre più importante che organizzazioni e Governi riconoscano, supportino ed esprimano il femminile. Non tanto e non solo incrementando la presenza e la rappresentanza delle donne nei diversi settori dell'economia e ai diversi livelli di organizzazioni e istituzioni. È importante che il femminile si esprima in tante dimensioni e nei comportamenti organizzativi. Ascolto attivo, cura, inclusione, condivisione, curiosità e apertura al nuovo, creatività, sono buoni esempi di espressione del femminile e sono forse tra le *soft skill* più importanti oggi per un'implementazione positiva ed efficace della digitalizzazione.

Senza la coesistenza in giusta misura dei principi maschile e femminile, di mascolino e femminile, la vita non “prende vita” e il mondo diventa sterile e improduttivo. Oltretutto oggi ci troviamo in una situazione speciale e a un punto di svolta: l'accelerazione del processo di digitalizzazione in tutti i settori e a tutti i livelli delle organizzazioni così come delle attività quotidiane richiede una qualificazione e ri-qualificazione di massa. Chi passerà attraverso questo processo di riqualificazione a diversi livelli di complessità e approfondimento potrà attivamente partecipare alla vita economica del Paese, chi ne verrà escluso ne resterà ai margini. Questo dunque riguarda tutti, uomini e donne, e per questo costituisce un'occasione unica per riqualificare la forza lavoro attuale e potenziale e per farlo in modo equo ed inclusivo così da chiudere il divario digitale di genere.

PRIMI ELEMENTI DI UN VIATICO

Una breve premessa: Il linguaggio digitale non è solo uno strumento di programmazione e una forma di qualificazione professionale. Osserva Luciano Floridi (*La quarta rivoluzione*): «siamo abituati a considerare le ICT come strumenti mediante i quali interagiamo con il mondo e tra noi. In realtà, tali tecnologie sono divenute forze ambientali, antropologiche, sociali e interpretative. Esse creano e forgianno la nostra realtà fisica e intellettuale, modificano la nostra autocomprensione, cambiamo il modo in cui ci relazioniamo con gli altri e con noi stessi, aggiornano la nostra interpretazione del mondo, e fanno tutto ciò in maniera pervasiva, profonda e incessante». Lo ribadisce in modo efficace Steve Jobs in una intervista: «*Everybody in this country should learn how to program a computer... because it teaches you how to think*».

Come fare allora? Possiamo indicare alcuni passi concreti che vanno intesi come integrativi delle policy nazionali sulla infrastrutturazione e diffusione del digitale:

1. Assicurare alle donne, così come agli uomini, l'accesso al digitale e all'uso delle nuove tecnologie attraverso politiche di incentivazione alle imprese che investono in questo campo garantendo equità di accesso alla formazione e riqualificazione professionale mirata di uomini e donne, e incentivando programmi di riqualificazione ad ampia diffusione.
2. Promuovere le donne non solo come utenti Internet ma anche come specialiste nello sviluppo delle tecnologie ed imprenditrici digitali nello spazio digitale.
3. Inserire nei programmi della scuola primaria e secondaria discipline connesse al digitale e ai suoi fondamenti (studio della logica algoritmica, scrittura in codice, uso dei software più diffusi, analisi di dati complessi tramite l'ausilio di tecnologie digitali, applicazioni di intelligenza artificiale) e assicurare adeguati e rilevanti programmi di qualificazione per il corpo docente.
4. Includere più donne nella definizione di strategie, prodotti e servizi digitali e, in generale, nelle attività creative e di *market understanding & business development* – nonché, soprattutto nella definizione delle politiche di utilizzo ed inclusione digitale.
5. Istituire un sistema di misurazione in grado non solo di cogliere i dati quantitativi rilevanti, disaggregati per genere, su accesso e competenze nelle varie aree del digitale ma anche che riesca a tracciare livelli di acquisizione e impatto delle *soft skill* che sempre più crescono in importanza in un contesto altamente digitalizzato la cui efficacia è data dall'interazione e integrazione persona-macchina. ©

 **SIMONA SCARPALEGGIA** è da decenni impegnata sui temi della parità di genere e della valorizzazione delle donne nell'economia. È stata Co-Chair del High-Level Panel for Women Economic Empowerment delle Nazioni Unite dal 2016 al 2018. Per un decennio CEO di Ikea Svizzera, è oggi Board Member di Hornbach AG, Autogrill SpA e EDGE Strategy. Ha pubblicato recentemente il libro *The Other Half* (ed. LID). **ANDREA GRANELLI**, esperto di tecnologia e di management, è stato in McKinsey, CEO di tin.it e di TILab (società di Ricerca e Sviluppo del Gruppo Telecom Italia) e ha fondato Kanso – società di consulenza specializzata in innovazione e change management. Segue molti progetti di rafforzamento della cultura digitale nelle imprese. Ha diverse pubblicazioni su tecnologie digitali e innovazione. È stato presidente dell'Associazione Archivio Storico Olivetti.