

CINZIA SASSO

E' segue dalla prima l'universo di chi, anche se ormai spesso ha fuori casa un lavoro che l'aspetta, non ha ancora mai smesso di fare anche quell'altro, di lavoro. Quello di mamma, innanzitutto.

L'International Herald Tribune la descrive, consorpresa, come l'ultima tendenza: la Blogosfera, conclude, è diventata il luogo delle mamme. Secondo uno studio di iVillage and Compass Partners, ventitré milioni di donne americane leggono, scrivono e commentano sui blog dedicati ogni settimana. «Ormai - commenta Jennifer Gerlock, che ha fondato HipAsIWannaBe.com - tutte noi viviamo online». «Andare sui blog - aggiunge Stephanie Dulli, un'ex attrice che adesso racconta sul suo diario online, DialMForMinky.com, cosa vuol dire essere una mamma che si occupa della casa - mi ha aperto un mondo: qui ho trovato una comunità di persone che ogni giorno sono alle prese con i miei stessi problemi».

«Oggi - secondo Pamela Parkers, manager di Federated Media che vende spazi pubblicitari sul web - è la blogosfera il vero nuovo luogo di conversazione delle donne». Si «parla» di tutto: di come insegnare a leggere ai bambini e di quali farmaci usare per curare l'influenza; di come cucinare le verdure per renderle attraenti e di quanto pagare la donna di servizio.

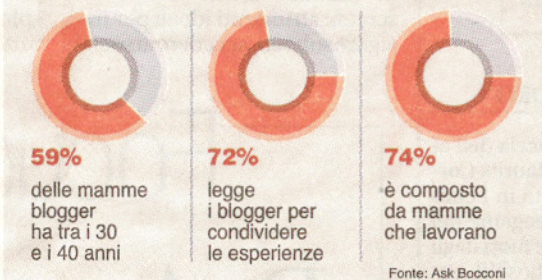
Mamme online, fra il mouse e i pannolini

Il mercato della pubblicità scopre il fenomeno dei blog "al femminile" che dopo essere esploso in America, dove le utenti sono ben 23 milioni, arriva anche in Italia: un intenso scambio di consigli non solo sulle pappe per i bambini ma anche sulle discriminazioni al lavoro



A sinistra, tre dei tanti blog attualmente attivi realizzati da donne e dedicati ai problemi femminili

L'identikit delle mamme online



Il quotidiano americano racconta il grande successo del Bloggy Boot Camp, un evento che ha toccato cinque città e riunito per la prima volta dal vero la comunità di blogger che si ritrova intorno a The Secrets in The Sauce (5.000 persone, il 90 per cento madri). Un fatto che non è più solo interessante dal punto di vista sociale ma che ha una attrattiva per il mercato della pubblicità con un duplice aspetto: se le mamme sono il miglior pubblico potenziale per vendere dei prodotti, i loro siti possono anche diventare un modo per guadagnare. Del resto, è un'azienda di inserzioni sul web, la eMarketers, a prevedere che entro il 2012 la pubblicità sui blog toccherà in America i 746 milioni di dollari.

Anche in Italia la strada è stata aperta: il Mom Camp è stato qualcosa di simile, cioè un grande raduno di mamme blogger. E il fatto è che, spesso, dal mondo virtuale si passa poi a quello reale. Caterina Della Torre, una delle prime in Italia a scoprire le potenzialità al femminile della rete (suo il sito delle donne online Dol's, fondato nel '99), proprio al Mom Camp ha sviluppato la sua ultima iniziativa: il Mom Coaching, una serie di corsi destinati alle mamme. Mentre Roberta Cocco, manager di Microsoft, da poco nominata commendatore della Repubblica, inventrice del progetto Futuro@lfemminile, dice: «È un fenomeno straordinario e in crescita esponenziale; ci sono blog seguitissimi, dentro i quali ci si

Si parla di tutto con grande libertà, dalla gestione dei figli al sesso

Roberta Cocco, manager Microsoft: ha creato il progetto "Futuro@lfemminile"



scambiano ricette di cucina e consigli su come superare le difficoltà del lavoro. È un pezzo della realtà che non può più essere ignorato». Da poco la Bocconi ha presentato sull'argomento una ricerca, realizzata su 250 blog di mamme, intitolata, tanto per restare sui temi cari all'università, «Blogging e autoimpiego: una strada percorribile per le mamme?», nella quale Paola Dubini analizza le possibilità, per le blogger, di fare business. «Queste

reti di mamme - scrive - sono un'opportunità per creare non solo valore sociale ma anche economico». E spiega che condizione necessaria per monetizzare il blog, ovviamente, è fargli raggiungere visibilità; poi le strade sono due, quella di essere appetibili veicoli di diffusione pubblicitaria, oppure punti di partenza per inventarsi un mestiere da esperti di maternità connessi sul web.

Nell'elenco c'è di tutto: da Queen Mother (adesso in restyling) a mammablog; da veremamme.it («mamme che sanno cosa vogliono») a workingmothersitaly.it («creato per promuovere gli interessi delle mamme in carriera»); da mammerassegnatesplinder.com a CinqueVolteMamma; da Il pane e le rose a nonsolomamma. Salotti virtuali dove si trattano i temi più diversi: da quelli femminilissimi come l'allattamento e lo svezzamento, a quelli generali che riguardano il sonno; dal tempo libero al sesso; dalla cura del corpo alla discussione sui libri. C'è anche molta ironia, come in mai più senza rossetto, dove si legge: «Basta! Lavata, truccata, profumata, costi quel che costi! E poi mi metterò a dieta.. adesso però, scusate: vado a telefonare all'idraulico».