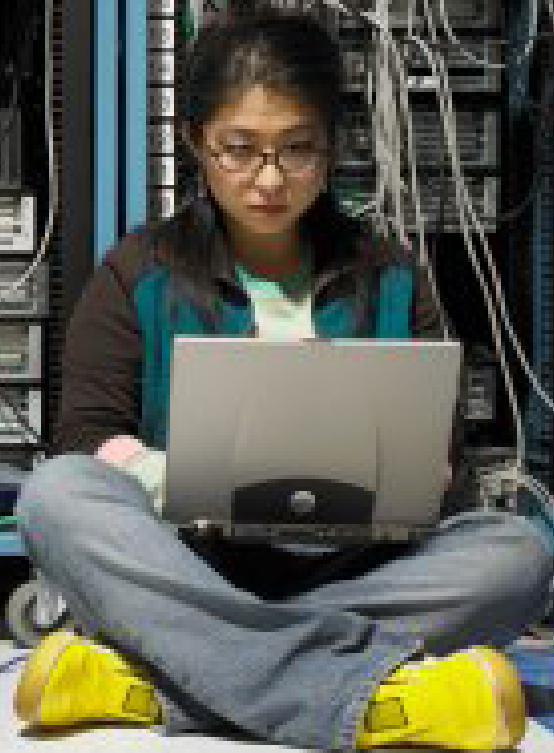


Igualdad en la Red

**Seminario Internacional Educación,
medios de comunicación y web 2.0**



Angustias Bertomeu Martínez

Madrid, 29 abril 2010

BRECHAS DIGITALES DE GÉNERO

Analizar la situación de la incorporación a las TIC desde una perspectiva de género conlleva la necesidad de diferenciar la existencia de varias brechas digitales, de carácter y alcance diferente.

- La **primera brecha** digital de género aparece en el acceso a la tecnología (**carácter cuantitativo**).
- La **segunda** en la utilización que se hace de ella y marca el grado de incorporación efectiva a la misma (de mayor alcance y de **carácter cualitativo**).
- La **tercera brecha**, todo indica que existe una tercera brecha digital de género, circunscrita al uso de los servicios TIC más avanzados (también de **carácter cualitativo** y de gran importancia para la evolución de las dos anteriores).



PERSPECTIVA EUROPEA

	2004		2008		Brecha Digital de Género	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	2004	2008
Noruega	62,6	73,1	83,4	88,1	-14,3	-5,3
Suecia	72,9	77,6	81,3	85,6	-6,1	-5,0
Dinamarca	65,7	73,4	78,2	82,7	-10,5	-5,4
Finlandia	63,1	63,3	76,7	80,2	-0,4	-4,3
Reino Unido	42,5	54,9	65,6	74,2	-22,4	-11,6
Alemania	44,0	55,3	62,4	73,2	-20,4	-14,8
UE 15 (15 países)	35,7	46,0	55,9	63,5	-22,4	-11,9
UE 27 (27 países)	31,3	39,9	52,8	59,5	-21,6	-11,3
España	26,7	36,2	44,7	53,6	-26,4	-16,7
Portugal	23,2	27,1	33,7	42,8	-14,3	-21,3
Italia	20,4	31,1	31,7	42,8	-34,5	-25,9

Tabla 1: Personas que usan *de forma regular* Internet por países, periodo y sexo, en % (*)

Fuente: Observatorio e-igualdad (UCM), a partir de EUROSTAT.

La Brecha Digital de Género se ha calculado como el cociente entre el valor correspondiente a las mujeres y el valor correspondiente a los hombres, menos uno.

VALORES DE LA BRECHA 2004-08

Es paralela a la *brecha social*

UNIÓN EUROPEA:

En la UE de la brecha digital de género se ha reducido entre 2004 y 2008, desde el entorno del 22% de aquel año, hasta los **once o doce puntos en 2008**.

ESPAÑA:

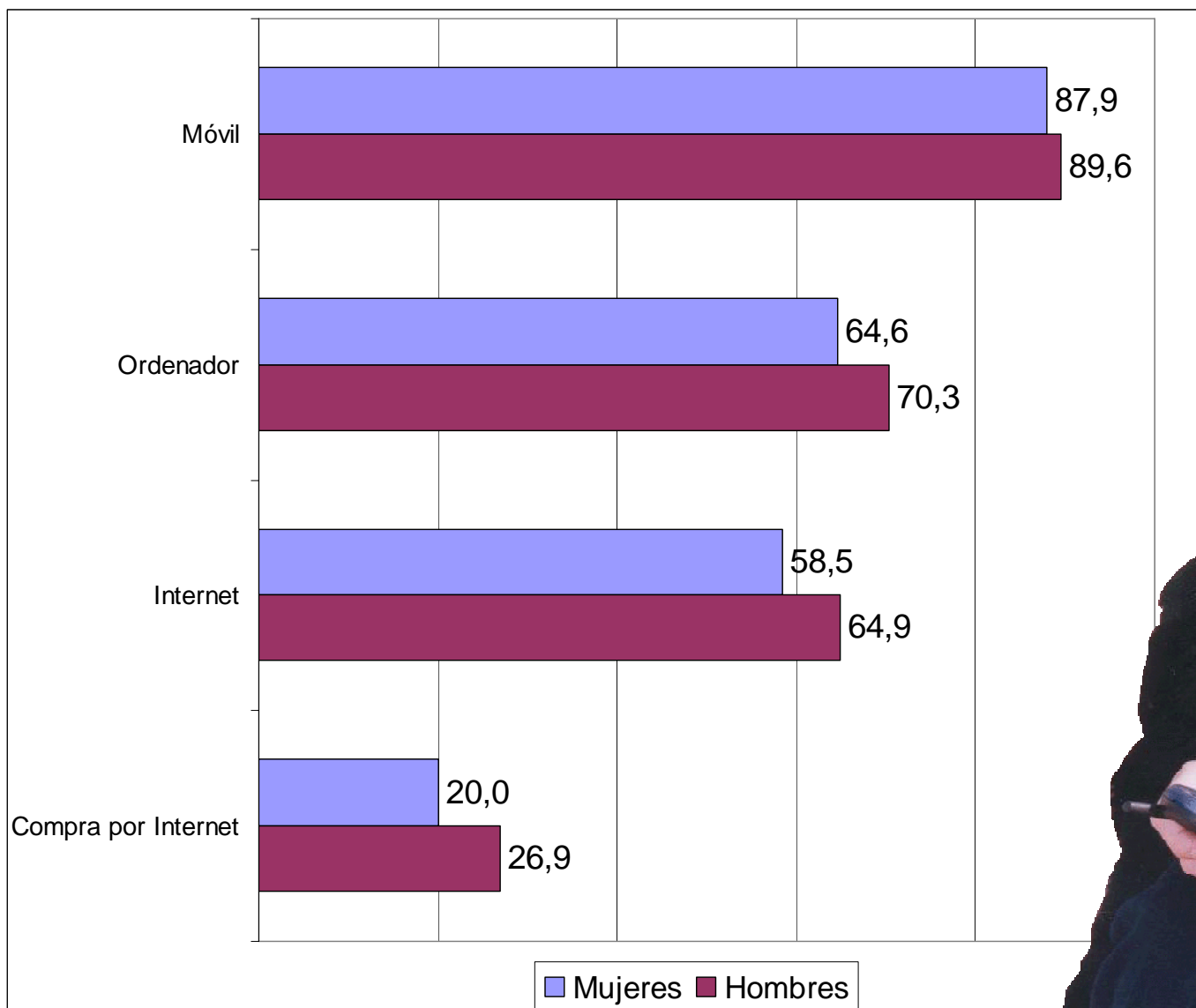
- El **54% de los hombres** de entre 16 y 74 años accedieron a Internet al menos una vez por semana,
- Frente al **45% de las mujeres**, lo que arroja una brecha digital de género de casi el **17% en 2008** (26% en 2004).



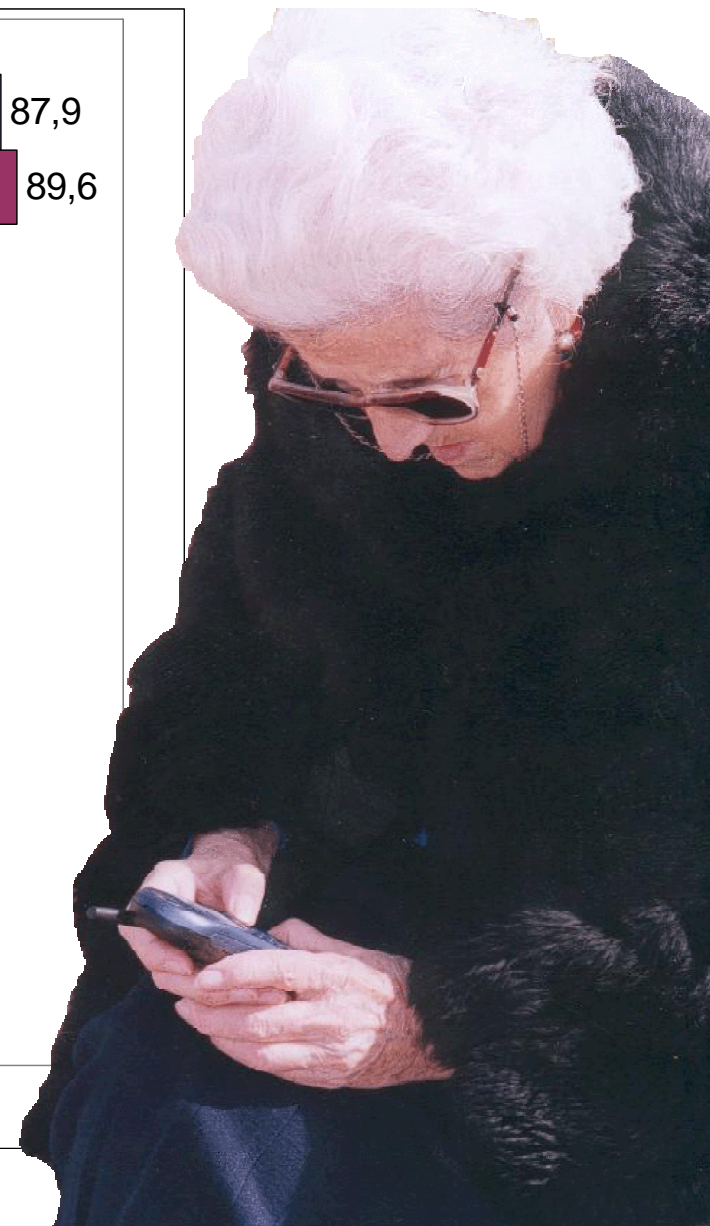
1ª BRECHA DIGITAL DE GÉNERO

- Desde el **Observatorio e-igualdad** (www.e-igualdad.net) se abordan las características y la dimensión de la brecha digital de género en España a partir de la encuesta TIC-Hogares del INE. Combinando la desagregación por sexo de los datos, con el análisis de las diferencias de género en relación con variables sociodemográficas como la **edad**, el nivel de **estudios**, la situación **laboral**, etc.
- **Primera brecha digital** la que se produce en el **momento del acceso** a las TIC, y marca la diferencia entre quienes las han utilizado en alguna ocasión y quienes nunca lo han hecho, la **situación en España** desde una perspectiva de género **muestra importantes diferencias** no sólo en cuanto al uso de Internet, sino **también en el caso de otras tecnologías** y aplicaciones como el ordenador o el comercio electrónico.
- Las diferencias son **mínimas** en el caso de la tecnología de mayor difusión (el **teléfono móvil**) mientras que la brecha se va haciendo más **significativa** a favor de los hombres cuando incluimos la utilización de otras como el **ordenador, Internet o comercio electrónico**.

Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2008



Fuente: Observatorio e-igualdad (UCM) a partir de INE



Población que ha utilizado Internet alguna vez, por edad, nivel de estudios y situación laboral, en %.

Fuente:
Observatorio e-igualdad (UCM) a
partir de INE

	Mujeres	Hombres	Brecha Digital de Género (*)
TRAMOS DE EDAD			
16 a 34	89,3	87,2	2,4
35 a 44	68,1	72,2	-5,7
45 a 54	50,9	61,3	-16,9
55 a 64	22,2	34,4	-35,5
65 a 74	6,8	15,1	-54,8
NIVEL DE ESTUDIOS TERMINADOS			
Edu. Primaria	13,3	20,6	-35,6
1ª etapa E. Secundaria	53,7	63,4	-15,3
2ª etapa E. Secundaria	78,9	85,6	-7,9
FP Grado Superior	87,8	86,2	1,8
Ed. Universitaria	93,8	95,0	-1,3
SITUACIÓN LABORAL			
Con empleo	76,1	72,5	4,9
Sin empleo	40,5	48,1	-15,8
Diferencia con-sin empleo	35,6	24,5	45,6

(*) La Brecha Digital de Género se ha calculado como el cociente entre el valor correspondiente a las mujeres entre el valor correspondiente a los hombres, menos uno.



Tareas relacionadas con las info-habilidades, por nivel de estudios en España

TAREAS RELACIONADAS CON EL PC		ESTUDIOS TERMINADOS				
		Educación Primaria	1ª etapa E. Secund.	2ª etapa E. Secund.	FP Grado Superior	Educación Universitaria
Mujeres	Copiar o mover ficheros o carpetas	61,7	72,9	83,5	87,3	92,2
	Usar cortar y pegar en un documento	53,8	66,2	79,8	85	92,5
	Usar fórmulas aritméticas simples en una hoja de cálculo	22,5	34,5	51,6	57,6	64,1
	Comprimir ficheros	27,2	36,5	51,2	54	63,2
	Conectar o instalar dispositivos como un módem o una impresora	28,7	36,8	50	18,8	62
	Escribir un programa usando un lenguaje de programación	6,6	11,9	13,5	16,8	17,5
Hombres	Copiar o mover ficheros o carpetas	65,5	76,7	87,4	87,2	95
	Usar cortar y pegar en un documento	59,2	70,7	85	85	95
	Usar fórmulas aritméticas simples en una hoja de cálculo	28,2	38,9	60,9	65,6	79,7
	Comprimir ficheros	36	50	66,5	68,4	79,2
	Conectar o instalar dispositivos como un módem o una impresora	42,5	57,9	73,5	74,5	83,6
	Escribir un programa usando un lenguaje de programación	9,6	13,1	24,1	30,3	31

Fuente: Castaño, C., Martín, J., Vázquez, S. (2008) "La brecha digital de género: acceso, uso y habilidades" en Castaño, C. (dir) *La segunda brecha digital*, Cátedra, Madrid.

2ª BRECHA DIGITAL DE GÉNERO

Segunda brecha digital de género que no sólo es cuantitativa - determinada por la proporción de personas que acceden a las TIC- sino, también y sobre todo **cualitativa**, pues viene marcada por las diferencias en:

- habilidades tecnológicas (*qué se sabe hacer*)
- en la intensidad (*cuánto se hace*)
- el tipo de uso (*qué se hace*)



USOS BÁSICOS DE INTERNET EN %

	Hombres	Mujeres	Brecha Digital de Género
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN, BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN Y SERVICIOS ON-LINE			
Correo electrónico	82,0	81,7	-0,4
Búsqueda de información sobre bienes y servicios	82,0	81,4	-0,7
Viajes y alojamientos	60,9	62,9	3,3
Descarga de software	42,6	27,9	-34,4
Periódicos o revistas on-line	53,3	40,7	-23,6
Búsqueda de empleo	18,3	25,3	38,6
Temas de salud	39,2	49,0	24,8
BANCA Y COMERCIO ELECTRÓNICO			
Banca electrónica	37,9	31,2	-17,8
Venta de bienes y servicios	8,9	4,4	-50,3
Compra de bienes y servicios	25,6	20,8	-18,8
EDUCACIÓN Y FORMACIÓN			
Información de educación y cursos	43,3	53,2	22,8
Realizar algún curso vía Internet	9,4	11,5	23,5
Aprendizaje	43,9	44,7	1,8

Fuente: Observatorio e-igualdad (UCM) - Eurostat

DIFERENCIAS USOS DE H/M INTERNET EN %

- Los **hombres** tienden a hacer un uso de la Red más relacionado con el **ocio**, el **consumo** y **finés lúdicos**.
- Las **mujeres** optan por usos de naturaleza **funcional**, como el **empleo**, la **salud** o la **formación**.
- La **mayor brecha** digital de género se produce en la descarga de **software**, la **lectura** y descarga de periódicos y revistas, y en actividades de **carácter económico**.
- Las **usuarias** aventajan con claridad a los usuarios en la **búsqueda de trabajo** (38%), los **servicios educativos** y formativos (22%) y la consulta de cuestiones de **salud** (25%).



USOS AVANZADOS 3ª BRECHA

DE COMUNICACIÓN

Las diferencias, esto es, la brecha de género, en los **usos avanzados de comunicación** es especialmente acusada en el caso del :

- envío de mensajes a chats, grupos de noticias o foros de discusión (31%),
- telefonar a través de Internet (28%),
- la lectura de blogs (21%)
- las videollamadas (14%).

DE OCIO

- La brecha es mucho más acusada en los **servicios avanzados de ocio**: hay una fuerte desventaja femenina en todos los casos, con una media de diferencia del entorno del 30%.
- Especialmente aguda es la brecha en lo tocante a los juegos, tanto a su uso en red (58%) como a las descargas (42%).



USOS AVANZADOS DE INTERNET EN %

Fuente: Observatorio e-igualdad (UCM) a partir de INE

	Hombres	Mujeres	Brecha Digital de Género (*)
USOS AVANZADOS DE COMUNICACIÓN			
Telefonar a través de Internet	10,8	7,8	-27,8
Videollamadas (a través de webcam) por Internet	19,7	16,9	-14,2
Envío de mensajes a chats, grupos de noticias o foros de discusión on-line	29,9	20,7	-30,8
Uso de mensajería instantánea (p.ej. Messenger)	53,2	54,4	2,3
Lectura de blogs	34,4	27,1	-21,2
Creación o mantenimiento del propio blog	9,1	9,7	6,6
Otras actividades de comunicación	9,0	7,1	-21,1
USOS AVANZADOS DE OCIO			
Escuchar radios emitidas por Internet y/o ver TV emitida por Internet	46,3	35,0	-24,4
Descargar y/o escuchar música (en sitios distintos a radios emitidas por Internet)	55,5	48,8	-12,1
Descargar y/o ver películas, cortos ó ficheros de vídeos (en sitios distintos a TVs emitidas por Internet)	46,2	36,4	-21,2
Uso de aplicaciones para compartir ficheros peer-to-peer (p.ej. eMule)	38,5	29,6	-23,1
Uso de servicios de podcast para recibir automáticamente ficheros de audio o vídeo	10,3	6,7	-35,0
Descargar juegos de ordenador o videojuegos (incluidas actualizaciones)	16,3	9,5	-41,7
Jugar en red con otros	16,4	6,9	-57,9
Colgar contenidos propios (texto, fotos, música, ...) en una web para ser compartidos	15,7	12,9	-17,8
Usar un buscador basado en noticias actualizadas (p.ej. RSS) para leer nuevos contenidos en páginas web	22,8	15,9	-30,3
Otros servicios audiovisuales	7,2	5,1	-29,2



ES UNA BRECHA DE ACCESO, CAPACIDADES, USOS Y HABILIDADES

- La **brecha digital de género** en el acceso a las TIC (primera brecha digital de género) **persiste**.
- Se constata también la **existencia de una segunda brecha digital de género, sustentada en la menor intensidad** de la incorporación femenina a Internet y que presenta significativas **diferencias en los usos** que mujeres y hombres hacen de las TIC.
- Se plantea la presencia de **una tercera brecha** digital de género que **afecta a las aplicaciones** que están a la cabeza del desarrollo de Internet.
- Si esas aplicaciones no están diseñadas para el apoyo y aprovechamiento del 50% de la población, **constituyen una barrera para que la SI contribuya a la igualdad de género**. De hecho, la misma existencia de esta brecha pone en cuestión un modelo de SI que, por no considerar suficientes elementos de inclusión, tenderá al fracaso y la no sostenibilidad.



CONTENIDOS

La implementación de contenidos en la red debe **incluir la cultura y el patrimonio de las mujeres**, visibilizando a mujeres locales, rechazando consagrar también en la red la visión androcéntrica del mundo.

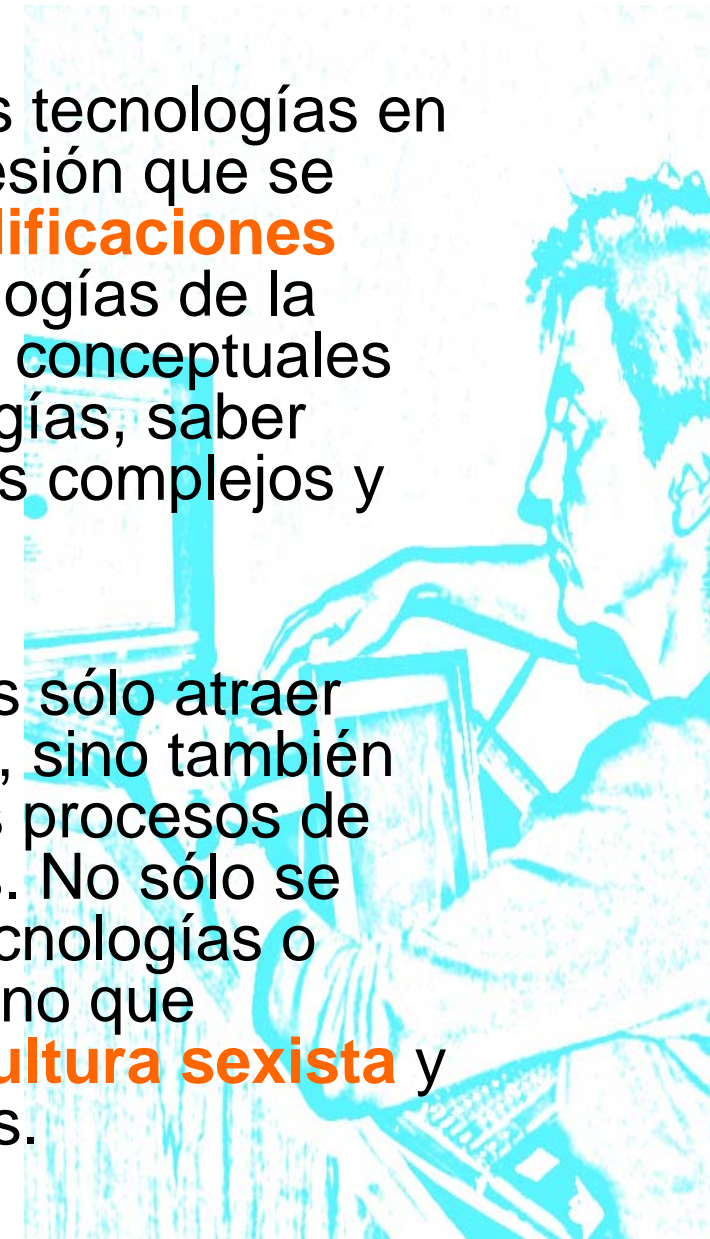
Los contenidos del software didáctico, o de ocio presentan un **grave déficit en cuanto a los modelos** de valores éticos y sociales, en general reproducen arquetipos belicistas, machistas e insolidarios.

Trabajar contenidos que transformen la **tecnofobia por el tecnointerés**.



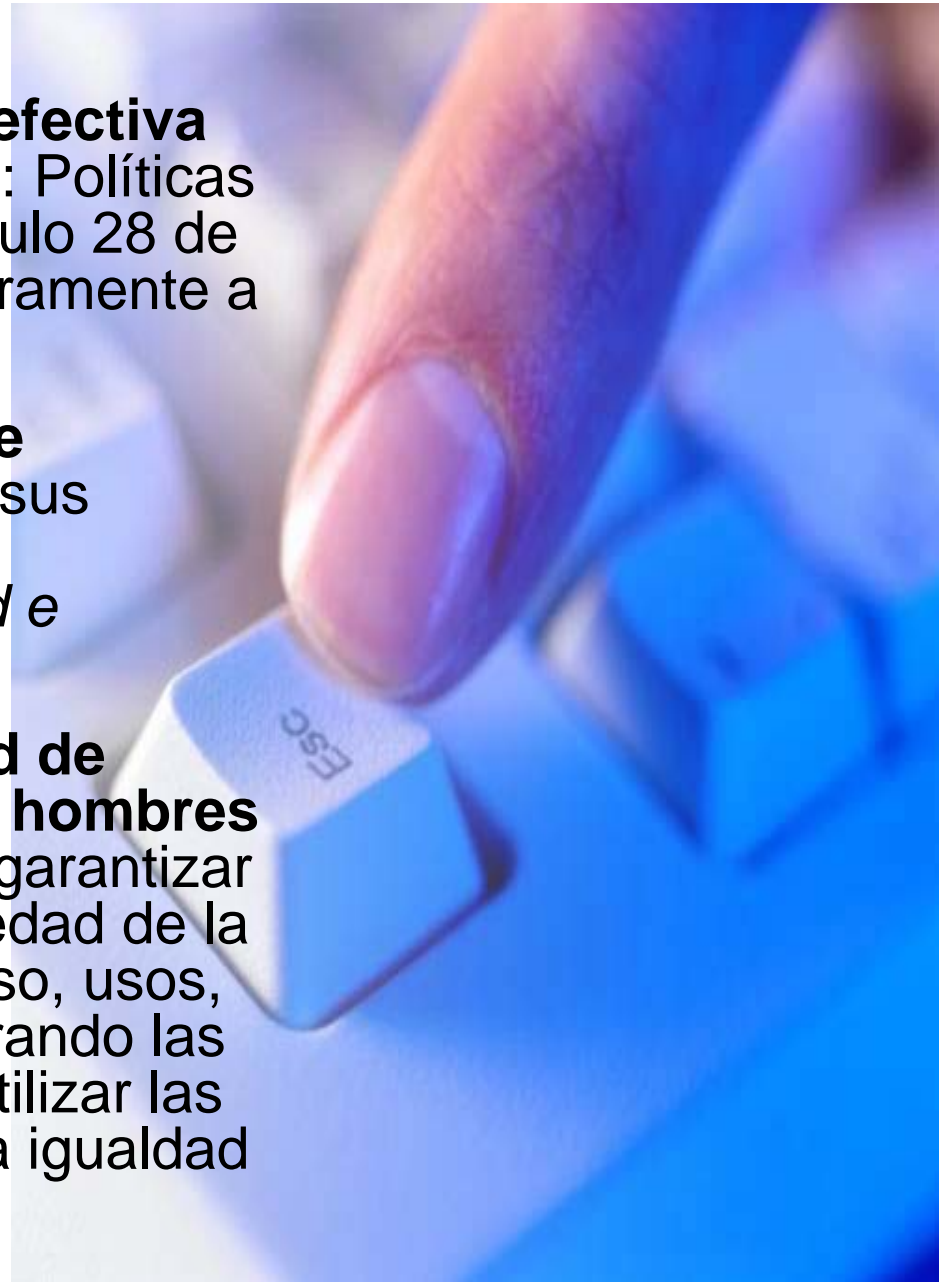
ACCIONES EDUCATIVAS

- **Fluidez** significa aprender a utilizar las tecnologías en función de las necesidades de la profesión que se ejerza. Es decir, **disponer de las cualificaciones** que se exigen para trabajar con tecnologías de la información, conocer los fundamentos conceptuales acerca de cómo funcionan las tecnologías, saber resolver problemas, gestionar sistemas complejos y aplicar soluciones.
- **Equidad** significa que el objetivo no es sólo atraer más chicas a la formación tecnológica, sino también integrar la visión de las mujeres en los procesos de diseño y producción de estos sectores. No sólo se trata de que las mujeres utilicen las tecnologías o entren en los sectores tecnológicos, sino que **contribuyan también a cambiar la cultura sexista y misógina** dominante en dichos ámbitos.



3 EJES

- ❑ **Ley Orgánica para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.** ‘Título II: Políticas públicas para la igualdad’ el Artículo 28 de la citada Ley está dedicado íntegramente a la Sociedad de la Información.
- ❑ **Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades (2008 – 2011)** y sus principios rectores: *ciudadanía, empoderamiento, transversalidad e innovación.*
- ❑ **Plan de Acción para la Igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en la SI (2009-2011)** Se dirige a garantizar la igualdad de género en la Sociedad de la Información en términos de acceso, usos, habilidades y participación, superando las brechas de género y también a utilizar las TIC como medio para fomentar la igualdad de género.



PLAN DE ACCIÓN PARA LA IGUALDAD ENTRE HOMBRES Y MUJERES EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN 2009-2011



ACTUACIONES DIRECTAS

- Las TIC no sólo como materia de estudio, sino como un recurso que facilita el aprendizaje de cualquier ámbito del currículo.
- Oferta formativa a colectivos de mujeres en situación de vulnerabilidad ofrecida por Aula Mentor.
- Incorporación de contenidos y soportes de aprendizaje digital dentro de los procesos de acreditación de competencias domésticas.
- Programas de formación tecnológica orientados a alcanzar la fluidez.
- Refuerzo de soportes educativos tecnológicos o incorporación del uso aplicado de las TIC en el currículo en especialidades con mayor presencia de mujeres en el marco de la renovación de los Catálogos Profesionales de la FP y los programas de formación A lo largo de la vida.
- Orientación y asesoramiento a través de la Página Web de Aula Mentor de las posibilidades de formación tecnológica.
- Incorporación del uso de las TIC como criterio básico en la formación y acreditación del profesorado en cualquier nivel de enseñanza, así como materia y objetivo a cubrir en cualquier desarrollo curricular.
- Programas para promocionar a las mujeres como creadoras de contenidos en la red
- Apoyo a la creación y difusión de materiales educativos TIC no sexistas.
- Apoyo y asesoramiento para la integración de la igualdad de género dentro del programa “Escuela 2.0”
- Difusión de una iniciativa “Wikipedia de mujeres”

CONCLUSIONES

- Es necesario ofrecer al alumnado de todas las etapas educativas espacios de acceso que no estén marcados por el dominio invasivo de los alumnos varones y patrones sexistas.
- Con software inclusivo, que se aproxime a las necesidades y contextos de chicos y chicas.
- Con modelos de comportamiento abiertos, que desarrollen acciones que permitan pensar, argumentar y resolver situaciones razonando las respuestas y no en la violencia.
- Con modelos positivos de mujeres en los sectores TIC, en la investigación e impulsar su presencia en el ámbito de toma de decisiones.
- Con contenidos que incluyan el patrimonio cultural, social y científico de las mujeres.
- Formación dirigida a alcanzar la fluidez y la equidad.
- Proporcionando espacios web, aplicaciones o juegos basados en el respeto de las normas de convivencia, de los derechos humanos y que favorezcan el aprendizaje de modelos éticos y valores de igualdad.

Los derechos de las mujeres son derechos humanos, ellas representan el 50% de la población.

La igualdad es un principio esencial de la democracia, las cosas de las mujeres no son sólo de las mujeres, sino de toda la sociedad.



DOCUMENTOS FUENTE

- **INFORME GÉNERO eEspaña_09. FUNDACIÓN ORANGE**
Elaborado por Ángeles Sallé, Angustias Bertomeu y Cecilia Castaño
- **IGUALDAD EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN // UNA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN PARA LA IGUALDAD (2007)**
Elaborado por Ángeles Sallé, Angustias Bertomeu y Cecilia Castaño para la Organización Sectorial de la Sociedad de la Información (OSSIC).
- **CLAVES NO SEXISTAS PARA EL DESARROLLO DEL SOFTWARE (2008)**
Angustias Bertomeu Martínez.
- **PLAN ACCIÓN PARA LA IGUALDAD ENTRE MUJERES Y HOMBRES EN LA SOCIEDAD INFORMACIÓN (2009-2011)**
Ministerio de Igualdad. Instituto de la Mujer.
- **LA BRECHA DIGITAL DE GÉNERO: AMANTES Y DISTANTES. (2009)**
Observatorio E-igualdad de la UCM. C. Castaño, J. Martínez, S. Vázquez, JL Martínez.