

sociedad de la información: una oportunidad para la igualdad

PSOE



LA IGUALDAD EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN // UNA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN PARA LA IGUALDAD

Índice

INTRODUCCIÓN	4
MAPA CONCEPTUAL	6
I PUNTO DE PARTIDA	7
Cifras y claves de la desigualdad de género en la Sociedad de la Información	
II. OBJETIVOS	12
Construir la sociedad de la información con las mujeres	
III. LÍNEAS DE ACTUACIÓN	14
Extender y profundizar una sociedad de la información en igualdad	
III.1 LÍNEAS GENERALES: EXTENDER	14
3.1.1. <i>La igualdad en la sociedad de la información</i>	14
a) e-Accesibilidad (infraestructuras, costes, espacios, motivación)	15
b) e-Capacidades (primarias, avanzadas y diseñadoras)	16
c) e-Inclusión (colectivos de mujeres vulnerables por edad, educación, clase social, etnia y entorno rural/urbano)	18
3.1.2. <i>Sociedad de la Información para la igualdad</i>	19
a) Corresponsabilidad y conciliación	19
b) Empoderamiento y liderazgo	21
c) Redes y Ciudadanía	22
d) Participación en la toma de decisiones en la construcción de la SI	24
III.2 LÍNEAS SECTORIALES: PROFUNDIZAR	26
3.2.1 Formación para la integración	27
3.2.2 Sistema educativo	30
3.2.3 Universidad, Investigación y Sector TIC	34
3.2.4 Empleo	39
3.2.5 Empresas	43
3.2.6 Administración	47

IV. APLICACIÓN: CONCRETAR LOS COMPROMISOS	50
4.1 La transversalidad de género como principio rector	51
4.2 Un Plan de Acción para la igualdad en la SI	52
4.3 Conocer para transformar	53
4.3.1 Indicadores	53
4.3.2 Estudios temáticos	54
4.4 Evaluar para hacer avanzar las políticas	55
4.5 Liderar el proceso para alcanzar el objetivo	56
4.6 Comunicar para implicar a las empresas y a la ciudadanía	56



Introducción

INTRODUCCIÓN

La ecuación entre derechos de las mujeres y sociedad del conocimiento es clave. El proyecto socialista está priorizando la igualdad de trato de las mujeres como uno de los retos de España, en el marco de avance de derechos de esta segunda etapa de transformación.

Abordar la perspectiva de género en las políticas públicas de desarrollo de la sociedad de la información es necesario, significa incorporar en estas políticas el análisis de la situación de las mujeres, sus necesidades, sus prioridades y sus deseos, para que los planes las contemplen realmente.

Se debe incluir a las mujeres en el desarrollo de la sociedad del conocimiento desde un concepto amplio: con el objetivo de disminuir la brecha digital de género (la diferencia en el acceso a Internet entre hombres y mujeres es actualmente de 10 puntos), trabajando para que los contenidos de la sociedad de la información sean no sexistas y promoviendo a la vez contenidos impulsados por mujeres. Las mujeres debemos ser contempladas no sólo como usuarias pasivas de la sociedad de la información sino también como ciudadanas y promotoras activas de la misma.

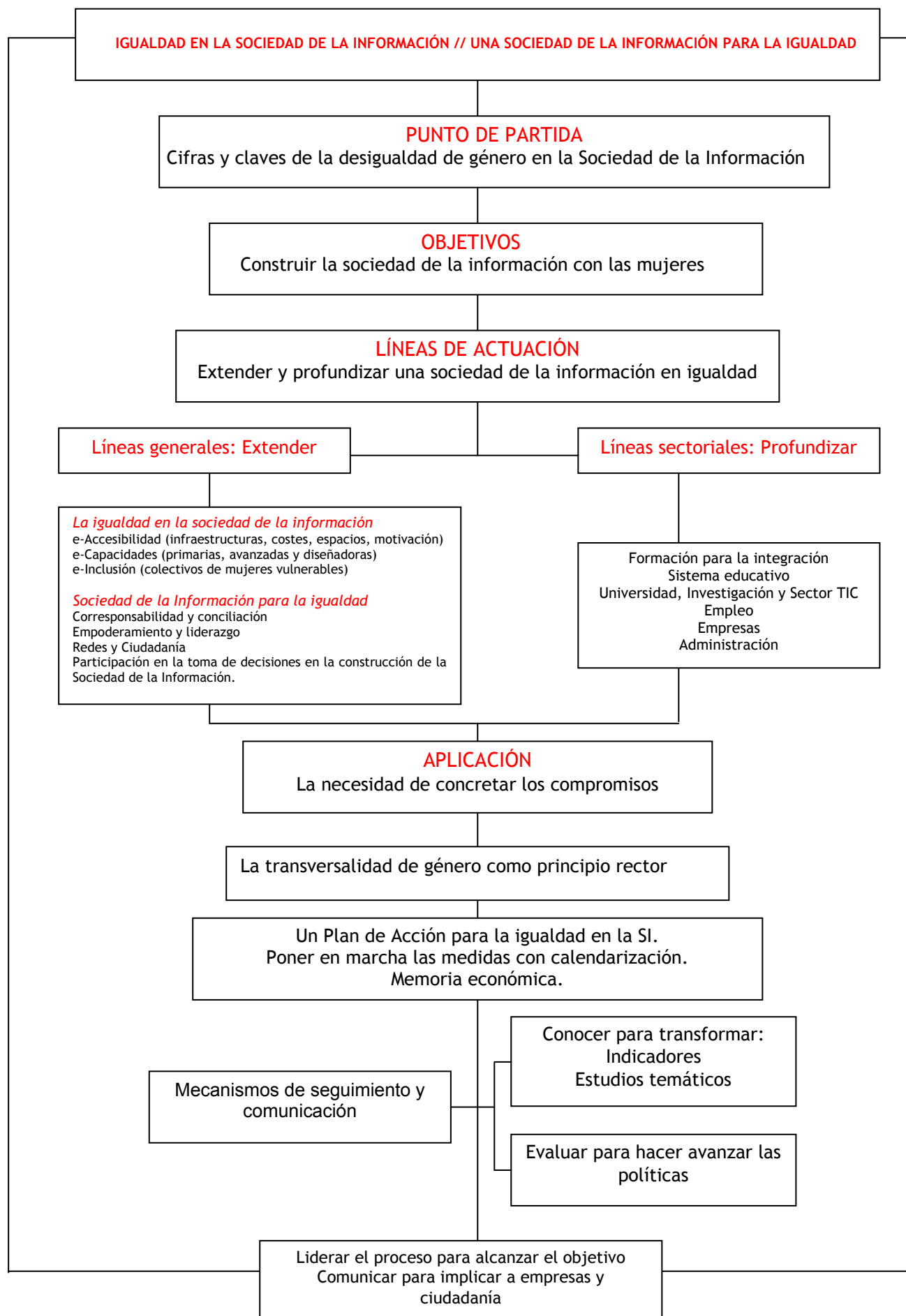
Se trata además de un reto con doble sentido. Por una parte garantizar la igualdad de oportunidades de las mujeres en la sociedad del conocimiento, que es ya, en sí mismo, un objetivo social. Por otro lado, debemos contemplar que la participación no igualitaria de las mujeres en la sociedad del conocimiento constituye un obstáculo al importante objetivo de disminuir la discriminación por razón de género y incrementar la autonomía femenina.

Un ejemplo claro es el ámbito laboral. El acceso menor de las mujeres a las TIC está siendo un factor que incide negativamente en el objetivo del incremento de la ocupación femenina y de la calidad del empleo (un tanto por ciento cada vez más mayoritario de personas encuentran empleo a través de Internet).

Las TIC suponen una oportunidad para todas las mujeres y ofrecen posibilidades y usos diversos: contactar con otras personas, crear grupos de relación y de interés, buscar empleo, formarse, crear redes y, especialmente, facilitar un espacio donde generar y acceder a la información de forma alternativa, superando algunos aspectos que en la sociedad actual suponen una dificultad para las mujeres: la falta

de tiempo (doble y triple jornada, inadecuación de los horarios laborales y familiares, etc.) y la histórica invisibilidad del saber y la creación de las mujeres.

En definitiva, construir una sociedad del conocimiento plural y democrática: la sociedad del conocimiento de la ciudadanía, requiere una participación paritaria de hombres y mujeres.





I. Punto de partida

Cifras y claves de la desigualdad de género en la Sociedad de la Información

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, la difusión de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) está acelerando los procesos de cambio económico y social hasta el punto de que el nuevo entorno en el que vivimos, trabajamos, nos relacionamos y pasamos nuestro tiempo de ocio ha pasado a ser considerado como la Sociedad de la Información (SI). Pero el acceso a las tecnologías y los beneficios que se derivan de su uso no son accesibles en condiciones de igualdad para toda la población, lo que plantea problemas de exclusión y brecha digital. Las mujeres encuentran más dificultades de acceso y menos beneficios en la SI. Una sociedad democrática no sólo debe pretender la igualdad en la SI sino que ha de luchar porque la SI contribuya a la igualdad de género.

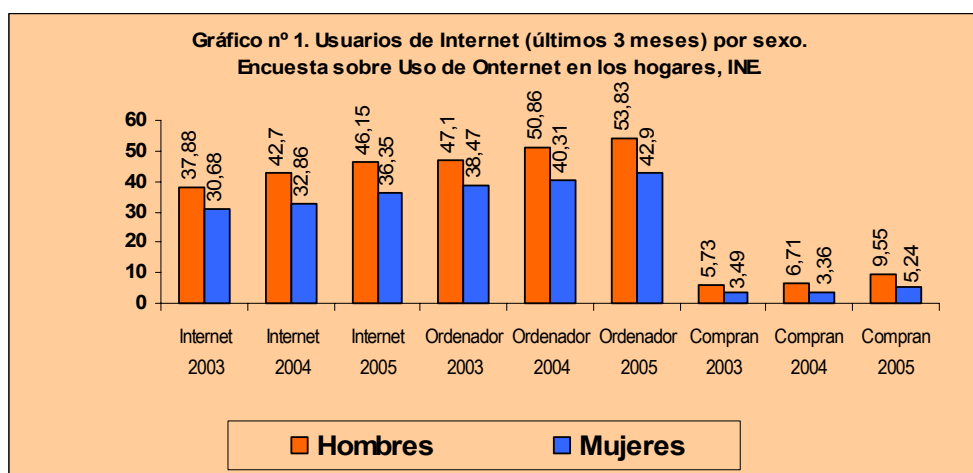
Diagnóstico de la situación. La brecha digital de género

La brecha digital de género existe y tiene un tamaño considerable. Con datos de Eurostat para 2004, en la Unión Europea de 15 miembros (Cuadro nº 1) la diferencia de acceso a Internet entre hombres y mujeres es de diez puntos: 46 por 100 de los hombres acceden desde su hogar (o al menos han accedido en los últimos 3 meses) frente a 36 por 100 de las mujeres. España se sitúa en los puestos de cola, aunque no en el último lugar, con el 27 por 100 de las mujeres y el 36 por 100 de los hombres para 2004.

Cuadro nº 1. Tecnologías de la información y comunicación en los hogares (% personas de 16-74 años). Personas que usan de forma regular Internet (al menos una vez a la semana) por países, periodo y sexo, www.ine.es/inebase

	2003		2004	
	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres
EU (25 países)	43	33
EU (15 países)	44	34	46	36
Dinamarca	68	60	73	66
Alemania	55	44
Grecia	18	11	21	14
España	36	27
Irlanda	26	23	28	26
Italia	30	20	31	20
Luxemburgo	54	43	70	49
Austria	42	31	53	39
Portugal	27	23
Finlandia	60	56	63	63
Suecia	74	64	78	73
Reino Unido	50	43	55	43
Islandia	77	72	79	75
Noruega	73	59	73	63

En España, con datos de 2005 (Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación en los Hogares, del Instituto Nacional de Estadística) algunos hechos llaman la atención (Gráfico nº 1):



- Aumenta el número de usuarios de uno y otro sexo; sin embargo todavía 10 puntos separan a hombres y mujeres en el uso de Internet.
- La brecha digital de género no tiende a reducirse. Por el contrario, en los tres últimos años ha aumentado: en uso de Internet la diferencia entre hombres y mujeres ha pasado de 7 puntos en 2003 a 10 en 2005; de utilización del ordenador, de 9 a 11 puntos; en compra por Internet de 2,3 a 4,3 puntos. Si además del acceso, observamos la frecuencia de uso, entre los hombres es más elevado el porcentaje de los usuarios que utilizan diariamente Internet (62,63 frente a 56,91).
- La brecha digital de género se intensifica a través de las diferencias de edad y nivel educativo. Con datos del Barómetro del CIS (2001) las mujeres más jóvenes

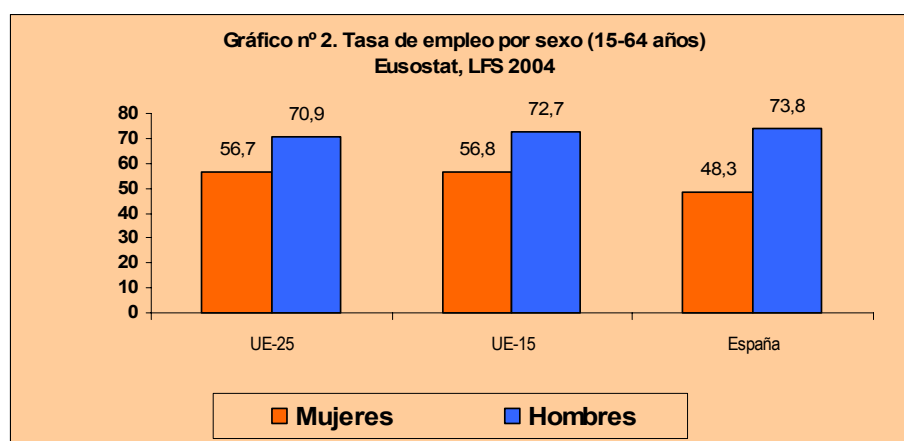
utilizan Internet en un porcentaje más elevado (54 % de las de 18-34 años) que las más mayores (35 % las de 35-44) y lo hacen con más frecuencia. Las que han finalizado los estudios universitarios también lo utilizan (más del 60 %) en mayor medida que las de estudios medios (20 %) o primarios (2 %).

Motivos de la brecha

La literatura y la investigación sobre la brecha digital de género atribuyen su existencia a dos tipos de causas, por una parte las relacionadas con la posición de las mujeres en el mercado de trabajo; por otra, problemas culturales e institucionales.

Desde el punto de vista de la posición laboral y social de las mujeres, el dato clave es que las mujeres están menos incorporadas al empleo que los hombres y el lugar de trabajo es, todavía hoy, donde más personas se incorporan a la utilización de Internet, aunque cada vez se use más en el hogar.

Para el conjunto de la UE, las diferencias en las tasas de empleo de mujeres y hombres son todavía considerables (Gráfico nº 2):



- 12 puntos en la UE de 15 miembros;
- 15 puntos en la UE de 25 países;
- casi 25 puntos en el caso de España.

También se explica la brecha digital de género porque las mujeres trabajan en entornos menos informatizados que los hombres. Efectivamente, con datos de Eurostat (Labour Force Survey, 2000) el 62 % del empleo femenino en la UE-15 se concentraba en empleos de oficina (25%), ocupaciones de bajo nivel y salario (25%, como ayudantes de ventas, servicio doméstico, servicios personales y hostelería) y educación primaria y enfermería (12%):

Lo anterior resulta un contrasentido si consideramos los niveles educativos de uno y otro sexo. En la mayoría de los países de la UE (excepto Austria y Alemania) la participación de las mujeres en los estudios universitarios supera la de los hombres y las tituladas universitarias supera a los hombres entre la población de 25-29 años.

Otra de las razones que se aportan para explicar los datos más bajos de acceso femenino a Internet es la diferencia de ingresos con los hombres. Estas diferencias

se deben tanto al hecho de que las mujeres ocupan puestos de menor nivel que los hombres como a la existencia de una brecha salarial entre uno y otro sexo.

Desde el punto de vista del nivel de las ocupaciones, con datos de 2002 relativos a la UE-15, el porcentaje del empleo masculino en posiciones directivas más que duplica el de mujeres (7,3 % frente a 3,7%); los puestos que implica tareas de supervisión representan el 16,6 % del empleo masculino y sólo el 9,2 % del femenino; las ocupaciones de nivel intermedio ocupan al 17,9 % de los hombres y el 14,8 % de las mujeres; por último, sólo las ocupaciones que no implican toma de decisiones representan un porcentaje más elevado del empleo femenino (76 %) que del masculino (65,5 %).

En cuanto a la brecha salarial de género, los datos del Panel Europeo de Hogares muestran año tras año el tamaño y la permanencia de la brecha, que incluso aumenta en algunos países como España, Portugal y Suecia.

Por último, se considera que las diferentes disponibilidades de tiempo libre de hombres y mujeres también influyen en las diferencias de acceso y uso de Internet. Las mujeres tienen más horas ocupadas que los hombres, por lo que disponen de menos tiempo libre. Además un porcentaje mayor de esas horas está dedicado a tareas domésticas, mientras que los hombres dedican más al trabajo o al estudio.

Más allá de los datos relativos a la posición laboral y social de las mujeres, también se argumenta que las mujeres perciben menos utilidad de Internet que los hombres o que les interesa menos que a ellos. En relación con esta cuestión, sin embargo, el hecho relevante es que las percepciones sobre Internet son radicalmente diferentes en el caso de las mujeres usuarias y de las no usuarias.

Respecto al primer colectivo, las mujeres que no utilizan Internet, el Barómetro del CIS (2001) mostraba que entre las más jóvenes la principal razón para no utilizar Internet era “no tener equipo” (39 %) seguido de “no lo necesito en mi vida profesional” (19 %) y sólo el 17 % consideran que no les interesa. Lo que estos datos muestran en realidad, no es que no les interese Internet, sino que sufren importantes barreras de acceso, que se ven agravadas por la baja tasa de empleo de este grupo de edad de 18-24 años. En el resto de grupos de edad la principal razón es “no necesitarlo en la vida profesional”, que está relacionado con trabajar en entornos poco informatizados. Este motivo que aumenta con la edad (cuando se reduce la tasa de actividad y empleo femenina) a la vez que pierde importancia la segunda razón, “no tengo equipo”.

La percepción de las mujeres usuarias experimentadas de Internet es completamente diferente. En las encuestas (Cuadro nº 2) que hemos realizado a mujeres usuarias intensivas y con más de dos años de experiencia (Castaño et al., 2004) se puede apreciar que el uso de Internet tiene una enorme incidencia en las tareas profesionales (58 % cambian su organización y 87 % ahorran tiempo en ellas) de las mujeres usuarias, mientras que su incidencia en el ámbito doméstico se reduce considerablemente, aunque también es importante, ya que cambian la organización y ahorran tiempo a un porcentaje no despreciable de mujeres.

<i>Cuadro nº 2. Balance de usos domésticos y profesionales de Internet y efectos sobre el tiempo de las mujeres (Castaño et al, 2004)</i>	<i>Acuerdo (%)</i>	<i>Desacuerdo (%)</i>	<i>NS/NC (%)</i>
Cambia la organización de mis tareas profesionales	58	36	6
Cambia la organización de mis tareas domésticas	23	61	16
Puedo ahorrar tiempo en tareas profesionales	87	9	4
Puedo ahorrar tiempo en tareas domésticas	39	46	15
Me facilita realizar gestiones	86	7	7
Me permite trabajar desde casa	74	21	6
Me permite trabajar desde cualquier lugar	67	25	8
Me permite realizar cursos de formación	54	30	16
Hace que me lleve trabajo a casa	37	54	9
Me exige dedicar tiempo a formación	61	31	8

Otro elemento que, sin duda, contribuye a que las mujeres encuentren menos utilidad de Internet es que los contenidos no incorporan, salvo excepciones, los intereses de las mujeres ni la perspectiva de género, sino que reproducen las relaciones de dominación de género.

- La brecha también está en el ciberespacio, dominado numérica y culturalmente por hombres.
- Internet es todavía un ámbito de información y consumo; y la oferta de contenidos existente se orienta de forma mayoritaria a un público masculino. Cuando se hacen contenidos para mujeres suelen ser estereotipados.
- En Internet se reproducen las manifestaciones de la dominación de género más extremas como la pornografía, la prostitución y el acoso sexual.

La calidad de una sociedad se puede medir por el trato que da a sus mujeres. La alfabetización y educación femenina ha sido la mejor herramienta para la modernización social. A la vista de los datos y consideraciones expuestos hasta aquí, se aprecia que la sociedad de la información se está construyendo sin las mujeres y, así las cosas, se corre el riesgo de hacerlo en contra de ellas.



II. Objetivos

Construir la Sociedad de la Información con las mujeres

INTRODUCCIÓN

Las tecnologías de la Información y la Comunicación deben ser una oportunidad para avanzar en la cohesión social y en ningún caso una fuente de desigualdades. El objetivo es extender los beneficios de la Sociedad de la Información a todos los territorios y a todas las personas, independientemente de la localización geográfica, el nivel económico, la edad o el género.

Para relanzar el desarrollo de la Sociedad de la Información en el marco de la estrategia de Lisboa es necesario que las Administraciones asuman el liderazgo, para que el esfuerzo gane en visibilidad y compromiso político con una estrategia interna de convergencia. Estrategia que debe llevar también al ámbito de la Sociedad de la Información¹.

Esta declaración enmarca los principios y objetivos sobre los que trabajar, profundizando en la situación de las mujeres en la SI y en las medidas necesarias para impulsar su participación digital, presencia activa y liderazgo.

OBJETIVOS

1. Implicar a toda la ciudadanía en la construcción de la Sociedad de la Información incorporando a las mujeres como protagonistas para conseguir una SI para la igualdad.
2. Extender la Sociedad de la Información con medidas que favorezcan la igualdad entre hombres y mujeres; con acciones que faciliten a las mujeres las condiciones de acceso; impulsando la adquisición de las e-capacidades; realizando programas que contemplen acciones específicas de inclusión para las mujeres de grupos vulnerables; compensadoras de los desequilibrios entre los ámbitos urbanos y rurales.

¹ La Estrategia de Lisboa y su incidencia en el desarrollo de la Sociedad de la Información. Plenario Federal Organización Sectorial de la SI. Comisión 2.

3. Profundizar la presencia de las mujeres en los sectores estratégicos de formación, sistema educativo, universidad, investigación, empleo, empresas y administraciones públicas.
4. Establecer un Plan de Acción para la igualdad en la SI que contenga los objetivos, medidas y acciones que concreten un compromiso por la igualdad en la SI.

Extender y profundizar en una Sociedad de la Información en igualdad, a fin de convertir la SI en un gran espacio de diversidad, inclusión e igualdad.

III. Líneas de Actuación

Extender y profundizar una sociedad de la información en igualdad

INTRODUCCIÓN

En este documento se proponen líneas de actuación para extender y profundizar una sociedad de la información en igualdad. Para ello, se establecen dos campos de trabajo complementarios: por una parte, líneas de actuación generales orientadas a extender el acceso y participación de las mujeres para conseguir una SI para la igualdad; por otra, líneas de actuación sectoriales encaminadas a profundizar en una SI en igualdad en ámbitos estratégicos educativos, sociales, económicos y administrativos.

III.1 LÍNEAS GENERALES: EXTENDER

Se orientan a extender el acceso y uso de las TIC para alcanzar la igualdad en la sociedad de la información. Este impulso a la incorporación de las mujeres se plantea como un salto cualitativo que también haga posible conseguir una SI para la igualdad.

3.1.1 La igualdad en la sociedad de la información

La igualdad en la SI no se alcanza de forma natural por el simple crecimiento del número de usuarias de TIC e Internet. En el análisis de la brecha digital presentado, ya se configuran los espacios en los que es necesario actuar y el tipo de medidas con las que intervenir para contrarrestar las barreras existentes e impulsar la incorporación de toda la ciudadanía a la SI.

Las medidas se deben diseñar para favorecer el acceso y uso de las mujeres pero, para que cumplan con estos objetivos, se ha de tener en cuenta la diversidad de las mujeres, sus distintas situaciones y necesidades. Asimismo, para elaborar propuestas con posibilidades de éxito, es esencial considerar que los hombres y las mujeres tienen distintas expectativas y hacen usos diferentes de las TIC.

a) e-accesibilidad

Infraestructuras y espacios.

Las infraestructuras de acceso son uno de los factores que originan la brecha digital: un 39% de las mujeres que no usan Internet reconoce que no lo hace porque no tiene ordenador ni puede acceder a uno. El precio de los equipos multimedia es todavía muy elevado; las innovaciones constantes en hardware y software exigen la actualización constante de los equipos. Estas circunstancias, que repercuten negativamente en las economías de las mujeres, actúan como freno.

Otro aspecto importante que puede distanciar a algunas mujeres con respecto a las TIC es la escasa amigabilidad de la tecnología. Asimismo, no abundan las aplicaciones diseñadas pensando en aquéllas personas que incorporan la tecnología para mejorar su calidad de vida, pero no pretenden fines más avanzados de desarrollo o productividad técnica.

Las infraestructuras de acceso pueden también constituir una barrera desde el punto de vista del espacio simbólico con el que cada persona se identifica en función de su sexo y generación. Los cibercafés, por ejemplo, han sido espacios para jóvenes y para hombres. En el hogar, el espacio del ordenador tiene un carácter simbólico masculino y en el que la prioridad de uso es de los maridos e hijos varones frente a las mujeres.

El idioma es, para muchas personas, una barrera de acceso. Las instituciones y empresas del sector deben esforzarse por ofrecer aplicaciones de formación, trabajo, navegación, así como contenidos en las diversas lenguas del Estado Español, facilitando el acceso a las TIC en la lengua de comunicación personal.

Costes

Un aspecto fundamental de la accesibilidad es el coste de instalación y uso de las conexiones de calidad (ADSL, cable, o fibra óptica), que en nuestro país son de las más caras de la Unión Europea. Este es un coste importante para la economía de los hogares, de las mujeres emprendedoras, que se agrava para el entorno rural y los grupos con dificultades especiales. Repercuten especialmente en la economía de las mujeres, por su tasa de paro más elevada, sueldos más bajos y empleos de peor calidad, menos especializados y tecnificados. Estas dificultades de coste se ven agravadas al ser todavía escaso el número de puntos de acceso público en España.

Motivación

La ausencia de motivación es uno de los factores que abren la brecha digital. Por una parte, las mujeres perciben menos que los hombres la utilidad de Internet; por otra los contenidos que se ofrecen no facilitan la aproximación de las mujeres a la red.

Para las mujeres es importante que el uso de Internet les ayude a resolver aspectos prácticos tanto en lo personal como en lo laboral. Para fortalecer esta motivación es necesario incluir en la red servicios de 'Internet de proximidad', que la conviertan en un apoyo para gestionar mejor el tiempo y la vida cotidiana de hombres y mujeres. Con contenidos ajustados a las necesidades e intereses de las mujeres, destinados a ofrecer servicios de proximidad que faciliten la conciliación y el desarrollo democrático.

El crecimiento del uso de Internet por parte de las mujeres depende también de los contenidos. La motivación está estrechamente relacionada con la presencia de contenidos en los que las mujeres sean las protagonistas, que hagan visible su contribución al patrimonio científico, cultural, económico, político, social y al conjunto de la sociedad. La creación de contenidos debe evitar consagrar también en la red la visión androcéntrica del mundo, incorporando la contribución femenina.

OBJETIVO

Promover de forma activa el acceso y el uso cotidiano de las mujeres a las TIC e Internet, a fin de superar la exclusión digital en función del género.

MEDIDAS

- Promover que las mujeres adquieran equipos y conexión a la red, combinando campañas de sensibilización con acciones financieras que faciliten la compra e instalación.
- Ofrecer aplicaciones de formación, trabajo, navegación y contenidos en las diversas lenguas del Estado Español, facilitando el acceso a las TIC en la lengua de comunicación personal.
- Favorecer la creación de espacios de acceso no sesgados por género que validen los usos femeninos de las TIC y contemplen tramos horarios que faciliten el acceso a todas las mujeres.
- Incluir en la red servicios de 'Internet de proximidad', que conviertan la red en un entorno fundamental de apoyo a una mejor gestión del tiempo y la vida cotidiana de hombres y mujeres.
- Crear un código de buenas prácticas de creación de contenidos, que establezca el respeto a los derechos de las mujeres y menores, en el que se especifique la necesidad de que las mujeres aparezcan como sujetos de los contenidos y no como meros objetos.

b) e-capacidades

La educación es la intervención política más importante para mejorar la capacidad de las niñas y mujeres para participar en la sociedad de la información y superar la brecha de género. La formación permanente es la herramienta de mantenimiento y actualización de esas capacidades.

A la hora de desarrollar capacidades tecnológicas para alcanzar la equidad, es importante no confundir la difusión de las tecnologías, el aumento del número de usuarios y de los puntos de acceso, con la inclusión de los colectivos que encuentran más dificultades, porque no es lo mismo ser una persona usuaria de nivel **primario**, usuaria **avanzada** o usuaria **diseñadora**.

El primer paso es conseguir que la mayoría de las mujeres se incorporen al menos como usuarias primarias. Pero no podemos conformarnos con ello. Es importante avanzar en la contribución de las mujeres a una SI para la igualdad. El estudio realizado por la Asociación Americana de Mujeres Universitarias (AAUW, 2000: *Tech-savvy: Educating girls in the computer age*) aporta dos conceptos claves que nos serán muy útiles para abordar esta problemática: fluidez y equidad de género.

El concepto de *fluidez* se apoya en la idea de que las desigualdades de género en la sociedad de la información no se ven suficientemente reflejadas en los indicadores relativos al número de chicas que utilizan Internet o el correo electrónico en comparación con los chicos. Para alcanzar la igualdad no basta con que las mujeres adquieran las habilidades de usuaria pasiva de ordenadores o Internet. Es necesario ir más allá y conseguir la *fluidez o soltura*, 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. En definitiva, fluidez significa aprender a utilizar las tecnologías en función de las necesidades de la profesión que se ejerza. En cualquier ámbito profesional, la fluidez tecnológica implicaría capacidad de programar, elaborar estadísticas del campo correspondiente, realizar encuestas, presentaciones, campañas de comunicación, etc.

El concepto de *equidad*, por su parte, 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. Es decir, que aprovechen realmente estas herramientas a todos los niveles, en pie de igualdad con los hombres, en función de los intereses tanto de unos como de otros.

OBJETIVO

Es esencial asegurar que las mujeres obtengan la formación adecuada en estas tecnologías, no sólo procesar textos o introducir datos, sino lo que se denominaba más arriba *fluidez*, conocimiento y desarrollo de hardware y software, diseño y creación de páginas Web, gestión de redes y solución de problemas.

MEDIDAS

- La estrategia clave es centrar la atención en generar demanda de educación en tecnologías de la información por parte de las propias mujeres, exponiendo a las niñas desde pequeñas a los ordenadores, a Internet y a las disciplinas científicas y matemáticas.
- Un elemento clave es la formación tecnológica continua de las mujeres que ya están en el mercado de trabajo.
- Generalizar campañas de formación digital dirigidas a distintos colectivos de mujeres, que estén fuera del sistema educativo o laboral.
- En los apartados dedicados a las líneas sectoriales de actuación se profundizan y concretan otras medidas a aplicar tanto en el sistema educativo general como en la universidad y la investigación en torno a los objetivos de *fluidez y equidad tecnológica de género*.

c) e-inclusión

Las mujeres participan de las desigualdades que sufren los grupos sociales a los que pertenecen. A estas se añade otro factor de desigualdad, el género, por el hecho de ser mujer dentro de su grupo. Para estos colectivos hay que diseñar políticas activas de inclusión que les permita superar la suma de dificultades ante la incorporación a las TIC.

Colectivos de mujeres vulnerables por edad, discapacidad, educación, clase social, etnia y entorno rural o urbano.

En el capítulo dedicado a la brecha digital se muestra cómo las diferencias crecen con la edad (las mujeres mayores acceden menos que las jóvenes). También el nivel educativo, la clase social y el nivel económico asociado aumentan la dificultad de acceso.

Las mujeres discapacitadas sufren múltiples desigualdades según su condición. Las TIC ofrecen a estos colectivos medios para superar dificultades de autonomía, de comunicación y relación, así como laborales.

Las emigrantes son un grupo con especiales dificultades de acceso tanto económicas como de oportunidad. Las TIC, sin embargo, representan para ellas un ámbito de comunicación imprescindible en sus vidas y también de posibilidad de mejorar su formación y situación en el mercado laboral.

Por último, para las mujeres de las zonas rurales o periferias de las grandes ciudades, con dificultades de acceso a las TIC por la debilidad de las infraestructuras en esas zonas, el uso de las TIC supone una oportunidad de actualización y formación en estrecha relación con la modernización de la trama social y económica.

OBJETIVOS

1. Estimular el acceso a Internet de los grupos vulnerables de mujeres, a fin de impedir la exclusión digital en función del género, prestando especial atención a aquéllos colectivos más alejados de los recursos tecnológicos.
2. Impulsar la participación en la sociedad de todas aquellas mujeres que sufren un proceso de exclusión, por su condición de discapacidad, extranjería, clase social, etnia o situación geográfica. El uso de las nuevas tecnologías por parte de estos colectivos puede servir como elemento integrador y superador de barreras tanto externas como internas.

MEDIDAS

- Desarrollar campañas de sensibilización y formación digital específicas dirigidas a mujeres de colectivos vulnerables, a través de agentes sociales que actúen como mediadores del proceso.
- Impulsar el acceso a colectivos con dificultades especiales facilitando a estas mujeres la adquisición de equipos y conexión a la red.

- Facilitar el acceso a equipos informáticos e Internet habilitando espacios de uso público donde se puede tener acceso fácilmente y con un técnico/a de enlace de referencia y soporte para la presentación y uso del espacio.
- Aprovechar espacios como el INEM, centros autonómicos y locales de búsqueda de empleo, centros de la Seguridad Social, etc. donde se pueda habilitar un espacio para el uso de Internet y mostrar los diferentes recursos que tiene la red (desarrollar e impulsar la autonomía de las mujeres a la hora de consultar y demandar información). Debería estar acompañado por un técnico/a de enlace que hiciera de referencia y soporte para el uso del espacio (como el caso anterior).
- Favorecer la inclusión del protocolo de accesibilidad según el cual las páginas y sitios Web deben cumplir con la ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSICE), y facilitar el acceso a la información y los contenidos basándose en la aplicación y el cumplimiento de las Pautas de Accesibilidad Diseño Accesible establecidas por el WAI perteneciente al W3C (Consortio para la World Wide Web), las cuales establecen un estándar de facto a nivel mundial.

3.1.2. Sociedad de la información para la igualdad

a) Corresponsabilidad y conciliación

La relación de las mujeres con la SI es una relación diferente a la de los hombres, como lo es su posición en la sociedad. Las mujeres participan en la producción remunerada en menor medida que los hombres, mientras que asumen la práctica totalidad de las tareas domésticas, de cuidados y de educación en la familia.

La incorporación en igualdad a la SI constituye un reto, pero también es una fuente de oportunidades para avanzar en la corresponsabilidad entre hombres y mujeres respecto a las tareas familiares y al necesario cambio de valores que esto requiere.

Ya no se puede aceptar que la conciliación sea un problema de las mujeres porque es evidente que es una responsabilidad a compartir con los hombres y con el conjunto de la sociedad. Las TIC son una herramienta que puede y debe contribuir a cambiar las cosas en esta dirección.

En primer lugar, como se ha expuesto en el diagnóstico, las mujeres usuarias de Internet se muestran insatisfechas con los contenidos y servicios que encuentran en la red. Reconocen que facilitan considerablemente las tareas profesionales, pero no ocurre lo mismo con las domésticas y familiares. La fiabilidad de las conexiones, la seguridad de la información, la realización de trámites administrativos o la compra familiar, la seguridad de los sistemas de pago, dejan mucho que desear y por tanto el reto no sólo es mejorarlos, sino que esa mejora facilite la **conciliación entre todos**.

En segundo lugar, en Internet se reproducen y amplifican los estereotipos de género que identifican a las mujeres con el ámbito privado de las tareas domésticas y de cuidados y a los hombres con el ámbito público del trabajo remunerado. Estos estereotipos dominan también el lenguaje de muchos programas informáticos,

videojuegos e incluso material educativo TIC. Luchar contra ello supone una tarea de magnitud considerable.

Esta situación es sin duda paradójica, ya que los valores imperantes en Internet, que constituyen la base de su desarrollo imparable, son valores incompatibles con la desigualdad y la discriminación: la libertad, la relación entre iguales, la cooperación, compartir lo que se tiene (sea información, música o programas).

OBJETIVOS

1. Que los **valores democráticos e igualitarios** que están en el origen de Internet contribuyan a alterar los estereotipos de género y a cambiar las relaciones entre hombres y mujeres. Que Internet, además de herramienta de información, trabajo y consumo, se convierta en **herramienta de igualdad de género**.
2. Que las herramientas que la SI e Internet ponen a nuestra disposición faciliten la **corresponsabilidad y la conciliación entre todos** de las actividades profesionales y familiares.
3. Contenidos y servicios de la SI e Internet **libres de estereotipos de género**, de lenguaje discriminatorio y contenidos lesivos o menospreciativos hacia las mujeres.

MEDIDAS

- Enriquecer la cultura TIC y de Internet con aportaciones que se orienten a resolver problemas cotidianos y contribuyan a la igualdad y la corresponsabilidad.
- Ofrecer información, contenidos y servicios de Internet y SI, relacionados con los problemas reales de conciliación, por ejemplo **servicios públicos y privados de proximidad de ámbito local** (cuidadores, ayuda en tareas escolares, bancos de tiempo, todo tipo de trámites administrativos y financieros, servicios e información de salud, educación, asistencia social, etc.)
- Que esos contenidos y servicios se diseñen de forma que no se orienten preferente a las mujeres, sino a uno y otro sexo. Que eviten transmitir mensajes o imágenes exclusivamente femeninas y muestren, por el contrario, a hombres que se corresponsabilizan.
- Diseñar sistemas amigables de relación con las TIC (hardware, software, periféricos, contenidos e idioma de Internet) que faciliten la utilización de los contenidos y servicios de conciliación y sean adaptables a las necesidades particulares y el nivel cultural de cada persona o colectivo.
- Enriquecer la cultura y los valores imperantes en los contenidos y servicios dirigidos a las mujeres. Se trata de ir más allá de lo que los hombres identifican de forma exclusiva con lo femenino (belleza, cocina, moda, revistas del corazón) y desarrollar **valores de igualdad, cooperación y corresponsabilidad** entre uno y otro sexo.
- Las instituciones públicas han de liderar el proceso:
 - como agentes intermediarios, proveedores de información, multiplicadores de servicios de proximidad.

- liderando también el cambio de lenguaje y destinatarios.
- elaborar recomendaciones y códigos voluntarios que orienten la elaboración de software, juegos y material educativo en soporte TIC con valores y lenguaje a favor de la corresponsabilidad respecto a las tareas que hay que conciliar.

b) Empoderamiento y liderazgo

La experiencia de Beijing en 1995 y sus secuelas en años posteriores (Beijing+5 y Beijing+10) ha demostrado sobradamente que el uso de Internet favorece la creación de redes y refuerza la disposición de un discurso propio por parte de las mujeres. Un discurso nuevo, por otra parte, que va más allá de la denuncia de la desigualdad y la discriminación y se centra en la elaboración de propuestas y el planteamiento de objetivos concretos de avance femenino. Lo anterior es esencial porque contribuye a fundamentar la autoestima, el empoderamiento y el liderazgo femeninos y se asienta sobre el convencimiento de que se puede acabar con la discriminación:

1. La discriminación de género se sustenta en una brecha de poder, no de conocimientos. Pero el saber, los conocimientos, la información, han sido tradicionalmente apropiados en exclusiva por los hombres. A través de Internet el conocimiento y la información se hacen más accesibles a muchas más mujeres y pueden serlo de forma compartida. Es decir, si se crean redes de conocimiento y poder femeninas, en ellas pueden participar y beneficiarse muchas más mujeres. Esto es importante para crear identidades femeninas que superen los estereotipos. Lo es, asimismo, para defender los derechos de forma proactiva.
2. Para las mujeres, es evidente que las diferencias con los hombres no son de conocimientos ni de capacidades; son de oportunidades: los hombres tienen más tiempo; el entorno TIC es masculino; se ofrecen más productos y servicios para hombres que para mujeres. Por el contrario, las mujeres son más prácticas, más pragmáticas, y se adaptan mejor a Internet y al correo electrónico, le sacan más partido, porque tienen más capacidad de comunicación que los hombres.

OBJETIVOS

1. Reforzar la SI como instrumento para fortalecer la autoestima de las mujeres y favorecer su empoderamiento.
2. Que ninguna mujer se vea privada de las posibilidades que se ofrecen en la red para sus proyectos personales o profesionales.
3. Que las mujeres encuentren en Internet herramientas (información, contenidos, servicios) que les ayuden a ejercer el liderazgo en todo tipo de proyectos políticos, económicos, sociales y culturales.
4. Fortalecer las redes de apoyo a las mujeres.

MEDIDAS

Las medidas relativas a liderazgo y empoderamiento son, en gran medida, transversales a otros apartados de este documento y se concretan en la necesidad de:

- -Potenciar el acceso de las mujeres a las TIC e Internet, especialmente colectivos en riesgo de exclusión de la SI (por edad, nivel de estudios, situación económica, etc.).
- -Aprovechar el espacio de libertad que ofrece Internet para crear redes, contenidos, lenguajes, que aporten las necesidades y la perspectiva de las mujeres:
 - . Desarrollar su autoestima
 - . Cambiar los estereotipos de relaciones de género
 - . Crear redes para hacer avanzar los derechos de las mujeres
- -Crear y fortalecer empresas femeninas, con dos objetivos:
 - -Las empresas de mujeres emplean a más mujeres y favorecen su promoción a puestos de responsabilidad.
 - -El acceso al poder es más difícil en las organizaciones masculinas. Las empresas de mujeres pueden constituir por una parte un campo de entrenamiento para el ejercicio del poder y por otra contribuir a la creación de modelos alternativos de ejercerlo.
- -Potenciar el acceso de mujeres a puestos de responsabilidad en las instituciones y empresas públicas, que sirva de estímulo y modelo para el sector privado.
- -Fortalecer la paridad en los organismos de representación (parlamentos central y autonómicos, corporaciones locales, partidos políticos, sindicatos, asociaciones y organizaciones no gubernamentales).
- -Hacer visibles modelos positivos de mujeres usuarias, creadoras de contenidos, gestoras de investigación, estudios, empresas TIC y de SI. Modelos de mujeres que contrarresten el estereotipo masculino y sirvan como estereotipo positivo para la creación de identidades y contribuyan al empoderamiento y el liderazgo femeninos.
- -Crear redes de mentorazgo entre mujeres que ejercen puestos de responsabilidad en el poder político y, especialmente, en el poder económico, donde los mecanismos de exclusión de género de los ámbitos de toma de decisiones son más sutiles.

c) Redes y ciudadanía

Como señala la socióloga Evangelina García Prince, la ciudadanía activa está definida por el compromiso cívico, la deliberación colectiva y la acción organizada

sobre los temas que afectan a la comunidad. "Es el espacio público donde la sociedad ejerce sus funciones de vigilancia, control, evaluación y crítica sobre lo público-estatal. También ser ciudadano o ciudadana tiene que ver no sólo con tener derechos sino con ser actores-actoras de la construcción de lo público común y en la creación de espacios, intereses, imágenes y discursos públicos, acciones con sentido de identidad, pertenencia y membresía a una determinada comunidad política, entre cuyos miembros hay relaciones de interdependencia, responsabilidad, solidaridad y lealtad".

Las TIC abren nuevas oportunidades y retos para el ejercicio de la ciudadanía, en el contexto de sociedades crecientemente complejas en las que conviven en paralelo la dimensión global y la local. Las TIC, por ejemplo, **pulverizan una noción de ciudadanía encerrada en fronteras nacionales**, en la medida en que permiten forjar identidades y comunidades socio-políticas que expresen sentimientos de pertenencia o intereses globales e interculturales. Pero, del mismo modo, **abren espacios inéditos para la participación en los asuntos públicos desde lo más inmediato y próximo**, obligando así a repensar los mecanismos de ejercicio de la democracia y a recuperar valores básicos para la justicia y la convivencia social.

Para las mujeres, que históricamente han tenido **menos voz pública y, sobre todo, menos tiempo para participar**, la red ha de ser una herramienta privilegiada de producción de igualdad política y social. Una red concebida para hacerse escuchar, para comunicarse con otras y otros, para ser sujetos de los procesos de toma de decisiones, para desbordar los cauces estrechos impuestos por el rol tradicional y, desde luego, para ayudar a instalar en la sociedad valores humanos que habitualmente han sido abanderados por amplios núcleos de mujeres, como sucede con el caso emblemático de la lucha por la paz.

Sólo si hacemos referencia al mayoritario peso femenino en el **tercer sector** (un sector que representa en España 1,3 millones de puestos de trabajo y alrededor del 6% del PIB), puede visualizarse la magnitud del papel decisivo de Internet en el estímulo de la e-participación en igualdad. La red multiplica las voces, la información, la posibilidad de realizar campañas de alto impacto y bajo coste, de captar adeptos/as o fondos para una causa, de crear comunidades para trabajar en pro de un objetivo común. Un ejemplo paradigmático en ese sentido lo representó la conocida campaña digital de Amnistía Internacional a favor de los derechos de las mujeres que, con más de diez millones de firmas obtenidas, consiguió evitar la lapidación de la nigeriana Amina Nawal.

Por todo ello, cualquier apuesta firme para lograr una presencia activa de las mujeres en la sociedad de la información tiene que desarrollar, forzosamente, medidas ambiciosas en el campo de la e-participación.

OBJETIVO

Potenciar el papel de Internet como vehículo de participación de las mujeres en la vida ciudadana, en todas sus dimensiones y a todos los niveles.

MEDIDAS

- Impulsar actuaciones de información, formación y asesoramiento a través de la red para avanzar hacia una *globalización de los derechos*, es decir, para propiciar el pleno ejercicio por parte de las mujeres de sus derechos democráticos como ciudadanas españolas y europeas.
- Ofrecer recursos financieros y de apoyo técnico-formativo para la *integración digital de las organizaciones de mujeres*, así como para su inserción dentro de redes territoriales, sectoriales y globales, particularmente dentro de los espacios europeo, iberoamericano y mediterráneo.
- Estimular, evaluar y difundir *experiencias de e-democracia*, con una orientación activa a lograr en ellas la inclusión de género.
- Realizar acciones positivas para promover un uso innovador y extendido de la red en el campo de *la lucha por la paz, la eliminación de la pobreza, la integración de inmigrantes, la ciudadanía y el diálogo intercultural, la comprensión intergeneracional, el codesarrollo y la cooperación al desarrollo*, incorporando de un modo efectivo en todos estos ámbitos la perspectiva de la igualdad. Asimismo, dar a conocer las mejores prácticas y *apoyar la e-cooperación y la constitución de redes* entre las iniciativas existentes en esta materia.
- Aportar soluciones y recursos para el *desarrollo de la SI dentro del conjunto del tercer sector*, tanto en lo que se refiere a los soportes como a la creación de nuevos servicios que potencien la solidaridad digital y el fortalecimiento técnico y financiero de las organizaciones cívicas. En ese contexto, se considera imprescindible incidir en la formación de las mujeres del sector, tanto en el manejo de las herramientas TIC como en la dirección y gestión de servicios y programas en este campo (e-campañas, e-publicidad, e-learning, e-participación, e-comunidades con otras asociaciones y empresas, gestión del trabajo en red, captación y administración de recursos...).

Integrar de un modo transversal la perspectiva de género en todos los *programas y convocatorias impulsados por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio* en el terreno de la e-ciudadanía.

d) Participación en la toma de decisiones para la construcción de la SI

Para conseguir los objetivos expuestos en los apartados anteriores (a saber, que la SI se convierta en herramienta de corresponsabilidad y conciliación, que contribuya al empoderamiento y el liderazgo femeninos, que en las redes se desarrolle un nuevo concepto de ciudadanía) es esencial la participación de las mujeres en la toma de decisiones para la construcción de la SI.

Esto implica, por una parte, una participación mayor de las mujeres en los ámbitos donde se toman las decisiones sobre el desarrollo de la SI, que hasta ahora se mantienen como reductos esencialmente masculinos.

Por otra, implica incorporar a ese diseño la perspectiva de las mujeres y del género. Para ello, hemos de preguntarnos qué esperan las mujeres de la SI.

La investigación sobre las mujeres usuarias de Internet - como la Encuesta realizada por el IDR para el Instituto Andaluz de la Mujer en 2002- muestra que éstas esperan mucho de la SI, especialmente en el ámbito profesional. Esperan un mejor futuro de empleo, ayuda para establecer contactos, redes de complicidad y apoyo, para la información y la formación permanente. En la vida privada, también son optimistas respecto a las posibilidades de ocio y comunicación, pero son muy escépticas respecto al ámbito doméstico y familiar de conciliación. Las mujeres que son usuarias intensivas de TIC y están inmersas en la SI se encuentran en una posición cercana a la igualdad con los hombres en el uso de las TIC. En el hogar, sin embargo, siguen experimentando las limitaciones de la división sexual del trabajo. Saben que Internet es un reflejo de la realidad social y lamentan que los contenidos de Internet sean mayoritariamente masculinos, estén diseñados por y para los hombres. A ellas les gustaría que Internet evolucione de otra manera a como lo ha hecho hasta ahora:

- Quieren que Internet y la SI sean más democráticos, que incorporen los intereses, las opiniones y expectativas de las mujeres.
- Quieren mejores contenidos y servicios de Internet y la SI, como ya se ha comentado en otros apartados de este documento.
- Quieren, en definitiva, feminizar la red y las TIC.

OBJETIVOS

1. Construir una SI de igualdad de oportunidades. La SI es una sociedad de personas, no de tecnologías. Las dificultades técnicas nunca pueden constituirse en una barrera que separe a la sociedad en segmentos incomunicados.
2. Construir la SI con, por y para toda la ciudadanía.
3. Construir la SI con las mujeres, que son más del 50% de la población.
4. Construir la SI en femenino, como herramienta de equidad e igualdad.

MEDIDAS

- Incrementar la presencia y participación de las mujeres en los puestos y órganos de responsabilidad relacionados con la SI (Ministerios de Industria, Educación, Administraciones Públicas; Consejerías y Concejalías correspondientes en los Gobiernos Autonómicos y Locales) Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, etc.)
- Reforzar el protagonismo de esas mujeres, y de otras que están en la empresa privada, apoyarlas y hacer sus experiencias visibles para las demás.

- Incluir expertas en igualdad de género en los comités científicos y/o de elaboración, seguimiento y evaluación de planes de desarrollo para la SI (Plan Avanza, planes y leyes de industria y educación, planes regionales o locales).
- Realizar estudios e investigaciones monográficos sobre las mujeres las TIC y la SI orientados a detectar las barreras a la participación femenina en dichos ámbitos y a elaborar políticas para incrementar dicha participación.
- Incluir a las organizaciones de mujeres en los observatorios sobre el uso de Internet y la SI.

III.2. LÍNEAS SECTORIALES: PROFUNDIZAR

Las líneas sectoriales están encaminadas a **profundizar en una SI en igualdad** en los distintos ámbitos estratégicos educativos, sociales, económicos y administrativos.

En la primera parte del documento hemos desarrollado un diagnóstico de la situación de las mujeres en las TIC, y se han establecido una líneas generales de trabajo para extender su uso en cantidad y calidad entre las mujeres evitando la exclusión de colectivos vulnerables. El objetivo es conseguir la igualdad en la SI para dar un paso más y conseguir una SI para la igualdad.

Ahora las propuestas se centran en establecer pautas de trabajo en líneas sectoriales con el objetivo de profundizar en la SI desde los distintos ámbitos de participación personal, social y laboral:

- Intervenir en formación digital para integrar a las mujeres en la SI y promover el conocimiento de la Sociedad de la Información, los grandes cambios que implica y sus ventajas en la mejora de la vida de las mujeres.
- Promover el conocimiento de las TIC en la comunidad escolar de Infantil, Primaria y Secundaria del sistema educativo, con especial hincapié en las alumnas, profesoras, y madres de las AMPAS.
- Incorporar más mujeres a las actividades TIC (educación, investigación, producción de bienes y servicios, creación de contenidos) y ámbitos de decisión, en condiciones de igualdad y con el objetivo de la paridad.
- Mejorar la empleabilidad de las mujeres y su posición en el mercado de trabajo mediante la adquisición de habilidades TIC, tanto de usuarias primarias como avanzadas y diseñadoras.
- Mejorar el perfil y la calidad de vida de las mujeres empresarias, así como la competitividad de sus negocios, a través de las Tecnologías de la Información.
- Utilizar las TIC como instrumento de información, sensibilización, contenidos, servicios y redes de igualdad desde la Administración.

Promover el conocimiento de la Sociedad de la Información, los grandes cambios que implica y sus ventajas en la mejora de la vida de las mujeres.

3.2.1. Formación para la integración de las mujeres a la Sociedad de la Información

JUSTIFICACIÓN

Las mujeres están infrarrepresentadas en todos los ámbitos de la toma de decisiones concernientes a las TIC. Un acceso equitativo a las tecnologías y la posibilidad de producir y recibir información de manera autónoma, según sus necesidades y deseos, son condiciones indispensables para el acceso de las mujeres en la construcción de una Sociedad de la Información para la ciudadanía².

No podemos confiar en que el acceso de las mujeres a las TIC se puede producir de manera natural, mientras permanezcan actitudes y desarrollos tecnológicos insensibles a las diferentes condiciones de acceso y conocimiento entre hombres y mujeres.

En la medida que las aplicaciones y las implicaciones de las TIC en espacios como el empleo, la educación y la formación son netamente favorables a los hombres, las mujeres deben recibir medidas de acción positiva para poder ocupar el lugar que les corresponde en la Sociedad de la Información.

OBJETIVOS

1. Promover el conocimiento de la Sociedad de la Información, los grandes cambios que implica y sus ventajas en la mejora de la vida de las mujeres.
2. Impulsar el uso de las TIC como herramienta de equidad entre hombres y mujeres.
3. Generar conocimiento en TIC para cambiar la tecnofobia por el tecnointerés.
4. Capacitar a las mujeres para acceder a Internet, conocer sus ventajas y participar en el fortalecimiento de las redes de participación social y económicas.
5. Ofrecer formación para saber utilizar las aplicaciones de ofimática habituales para la mejora personal y laboral.

¹ L'égalité des sexes dans la société de l'information.

Publications de l'UNESCO pour le Sommet mondial sur la société de l'information. Auteur: Natasha Primo

Medidas

La plena participación de las mujeres es necesaria para garantizar la integración y el respeto de los derechos humanos dentro de la sociedad de la información. Para que esta presencia sea real y en igualdad hay que impulsar medidas positivas en las administraciones públicas y entre los agentes sociales.

a) De la Administración Pública

- Elaboración de una Guía de impacto de género de las políticas TIC³ para ofrecer a los agentes sociales, que contenga los protocolos adecuados e indicadores de género⁴, y así favorecer su inclusión en los desarrollos normativos y de proyectos.
- Impulsar programas de formación digital presencial dirigidos a asociaciones de mujeres que actúen como agentes mediadores a través del ámbito local o sectorial. Estos programas deben estar diseñados atendiendo a las circunstancias del grupo de población al que se dirige, ajustar los contenidos a los objetivos de la formación, contextualizar los contenidos. Tener en cuenta el uso de los tiempos laborales y personales y el reparto de tareas domésticas, son elementos esenciales para hacer un diseño adecuado de la formación.
- Ofrecer formación on-line con enfoque de género para la mejora personal y laboral a través de los portales y plataformas de formación de la administración pública que incluyan este servicio a la ciudadanía.
- Impulsar y financiar el desarrollo de un software de materiales de formación no sexistas, realizados con criterios didácticos, facilitadores y en la lengua de comunicación.
- Creación de un portal temático de mujeres que ofrezca información y servicios dirigidos a las mujeres, facilitando formación en TIC.
- Creación de un Observatorio que estudie y evalúe la presencia de las mujeres en la Sociedad de la Información. Esta medida aparece también incluida en ámbito de Conocimiento, siendo por tanto una actuación que debe integrar todos los campos.

b) De acceso

- Poner al servicio de asociaciones de mujeres tele centros y recursos informáticos, repartidos en los centros, en las periferias de las ciudades y especialmente en las zonas rurales.
- Conceder facilidades para la adquisición de equipos y acceso a Internet dirigidas a mujeres sin necesidad de vincularlos a la existencia de hijos en edad escolar, para incluir a todas las mujeres.
- Estipular acciones positivas de género dentro de los programas generales que estén vigentes al respecto, y establecer fórmulas efectivas para abaratar el coste de las conexiones.

³ http://europa.eu.int/comm/employment_social/gender_equality/index_en.html

⁴ <http://www.unidadgenero.com/documentos/88.pdf>

c) De redes

- Apoyar las redes y espacios de mujeres ya existentes que sirven como referente para nuevos proyectos, ofreciendo subvenciones que permitan el mantenimiento y crecimiento de esta estructura digital del asociacionismo femenino.
- Impulsar y dinamizar sitios en Internet para mujeres en los que puedan recibir y proporcionar información, aportando su conocimiento y presencia a la sociedad de la información.

d) De contenidos

- Incorporar en los portales temáticos de la Administración Pública, las aportaciones de las mujeres en todos los campos de conocimiento, sociales, culturales, artísticos, económicos, políticos, científicos, educativos y deportivos. Estas medidas inclusivas deben hacer visibles las aportaciones de las mujeres a la sociedad y así facilitar su acceso a partir del reconocimiento.
- Ofrecer servicios de proximidad a través de la red servirá como atractivo para conocer y usar las TIC, pues siempre se responde positivamente ante situaciones que mejoran la calidad de vida y facilitan la vida cotidiana.
- Impulsar y financiar estudios e investigación para la implementación de contenidos con enfoque de género. No se puede construir la sociedad de la información a espaldas de las mujeres, la investigación aportará estrategias y modelos de inclusión.

Promover el conocimiento de las TIC en la comunidad escolar de Infantil, Primaria y Secundaria del sistema educativo, con especial hincapié en las alumnas, profesoras, y madres de las AMPAS.

3.2.2. Sistema Educativo

Educación Infantil, Primaria y Secundaria

JUSTIFICACIÓN

La presencia de las mujeres en el sistema educativo español cuenta con una alta proporcionalidad entre el alumnado, profesorado, personal de administración y servicios (PAS), o como participantes activas de las asociaciones de madres y padres de todos los centros educativos. Por tanto, es necesaria una formación específica para estos grupos teniendo en cuenta sus puntos de partida, conocimientos previos, relación con la tecnología, responsabilidades laborales y familiares así como la disponibilidad de tiempo. En todos los casos es imprescindible desarrollar en paralelo programas destinados a sensibilizar e impulsar la corresponsabilidad, el reparto de tareas y la conciliación.

OBJETIVOS

1. Promover el conocimiento de las TIC en las personas implicadas en la etapa Infantil, Primaria y Secundaria del sistema educativo, con especial hincapié en las alumnas, profesoras, y madres de las AMPAS.
2. Favorecer el uso integrado de las TIC en las aulas como herramienta de trabajo y vehículo de conocimiento.
3. Diseñar metodologías y recursos incluyentes de las TIC en el sistema educativo.
4. Impulsar el uso de un software escolar y de ocio con modelos no sexistas, ni basados en la violencia, potenciador de valores éticos y democráticos.
5. Generar conocimiento en TIC para cambiar la tecnofobia por el tecnointerés.
6. Apoyar la creación de actividades, espacios y recursos educativos en TIC en los programas de formación del profesorado y en el trabajo de los equipos directivos de los centros.

MEDIDAS

La presencia de las TIC en los centros educativos está inscrita a programas concretos de implantación de equipamiento informático, no generalizados en el mapa escolar y con actividades cerradas en las aulas de informática.

La ausencia de modelos no sexistas en las aulas de informática y en los materiales didácticos de tecnología, junto al software comercial y didáctico instalado en las aulas, son algunos de los factores que explican el distanciamiento de las niñas y jóvenes. Si añadimos el freno del acceso simbólico a los espacios informáticos, nos encontramos con el caldo de cultivo de la tecnofobia o el menor interés por los ámbitos tecnológicos.

Ahora se propone dar un paso cuantitativo para dotar de equipamiento a todos los centros de primaria y secundaria con ordenadores integrados en las aulas, y cualitativo cambiando los objetivos, usos y materiales didácticos de las TIC.

a) En los contenidos curriculares

- El conocimiento de las TIC debe incorporarse al currículum de la enseñanza en primaria y secundaria, incluyendo las TIC como materia de estudio, para adquirir las capacidades informáticas necesarias que permitan su uso como herramientas de trabajo integradas en las aulas.
- Establecer los niveles de conocimiento curricular necesarios para alcanzar los aprendizajes primarios, avanzados, o de diseño dentro del sistema educativo.
- Incluir en las asignaturas de Ciencias un mayor componente práctico.
- Las Escuelas de Adultos son espacios óptimos para introducir las TIC. Existe entre este alumnado una alta motivación hacia las nuevas tecnologías. Muchos de ellos tienen edades avanzadas y, aunque son plenamente conscientes de su necesidad de familiarizarse con las TIC, piensan que ya no van a poder adquirir la competencia necesaria para utilizarlas de forma autónoma y eficaz. Hay que aprovechar el potencial de la red de centros de educadores de adultos para la alfabetización digital de las mujeres en este tramo de formación, y para el fomento de su participación social y aprendizaje a través de la red.

b) En la metodología

- Incluir las TIC en el aula como una herramienta de trabajo integrada en los recursos didácticos que se ofrecen al alumnado, una biblioteca virtual de aula y de búsqueda de información.
- La activación permanente de las experiencias y conocimientos previos, como punto de partida para abordar los conocimientos nuevos. De esta manera se propicia un aprendizaje significativo y funcional, que sea útil para su vida.
- La participación activa del alumnado en el proceso de enseñanza-aprendizaje de las TIC, que favorezca progresivamente la autonomía.
- La reflexión permanente del alumnado sobre su propio aprendizaje, de modo que puedan identificar oportunamente sus potencialidades con la finalidad de aprender a aprender.

- La autoestima se alcanza desde la competencia y el conocimiento, hoy la evolución tecnológica es muy rápida y exige un aprendizaje continuado de nuevas herramientas o programas, por tanto es muy importante dotarles de capacidades cognitivas y recursos propios para mantener autónomamente su formación, alcanzar un nivel de fluidez técnica y cambiar la tecnofobia inicial por el tecnointerés.

c) En los materiales didácticos

- Elaborar materiales y aplicaciones de software diseñadas desde la perspectiva de género, evitando los estereotipos sexistas y violentos, con un lenguaje facilitador y no excluyente, para alcanzar las capacidades necesarias en las TIC con aprendizajes contextualizados y que potencien sus habilidades.
- Diseñar materiales ajustados a los niveles de conocimiento, segmentados por objetivos para alcanzar los aprendizajes primarios, avanzados, o de diseño. Es decir, propuestas didácticas destinadas a favorecer que el alumnado alcance el grado de fluidez.
- Es necesario ofrecer al alumnado de todas las etapas educativas espacios de acceso sin marcar por el dominio invasivo de los alumnos y con un software que se acerque a sus necesidades y formas de hacer, con modelos de comportamiento abiertos, que desarrollen acciones que permitan pensar, argumentar y resolver situaciones, razonando las respuestas con perfiles y personajes no violentos, proporcionando espacios Web, aplicaciones o juegos basados en el respeto a las normas de convivencia, a los derechos humanos y que favorezcan el aprendizaje de modelos éticos y valores de igualdad.

d) En la Formación Permanente del Profesorado

- Promover la educación tecnológica entre el profesorado, y especialmente entre las profesoras, es una tarea imprescindible para superar el déficit tecnológico del colectivo.
- La formación permanente del profesorado debe integrar en sus programas anuales la formación digital, articulando fórmulas flexibles entre sus diversos modelos de formación, cursos, seminarios y formación en centros.
- Los proyectos curriculares de los centros deben incluir el acceso a estos conocimientos como uno de los ejes de su propuesta curricular definiendo su docencia, secuencia didáctica y sistema de tutoría, y el profesorado debe estar capacitado para impartir estos conocimientos.
- La selección de contenidos de la formación de profesorado se debe orientar a adquirir las capacidades informáticas que les faciliten sus tareas profesionales como docentes en sus áreas de conocimiento, en sus responsabilidades organizativas del centro, y en las tareas administrativas obligatorias para el profesorado,

- Dotar al colectivo docente de los recursos didácticos necesarios para apoyar el aprendizaje de las alumnas creando modelos positivos y espacios simbólicos abiertos a las alumnas y alumnos, impulsando el tecnointerés de niñas y jóvenes.

e) En el equipamiento

- Impulsar la integración de los ordenadores en las aulas cambiando el modelo actual de un aula de informática para el centro, por el de los ordenadores integrados en las aulas.
- Facilitar la conexión a la red en las aulas para convertirlo en un recurso didáctico integrado.
- Diseñar el espacio de las aulas integrando los ordenadores en el mobiliario escolar teniendo en cuenta que debe permitir los distintos tipos de agrupamiento del alumnado por equipos, individual o gran grupo. Esta estrategia inclusiva evitará los espacios simbólicos sesgados, facilitando con ello el uso para las niñas y jóvenes, dando normalidad escolar al acceso igualitario a las TIC.

f) En las asociaciones de madres y padres (AMPAS) y el personal de administración y servicios (PAS)

- Impulsar el reconocimiento de la importancia de la modernización en los procesos educativos entre la comunidad escolar mediante campañas y fases de formación en los propios centros dirigidas a estos colectivos, para que apoyen y valoren el trabajo de incorporación de las TIC como herramientas de equidad e innovación en su centro escolar.



Incorporar más mujeres a las actividades TIC (educación, investigación, producción de bienes y servicios, creación de contenidos) y ámbitos de decisión, en condiciones de igualdad y con el objetivo de la paridad.

3.2.3. Universidad, Investigación y Sector TIC

JUSTIFICACIÓN

Las mujeres avanzan como usuarias de Internet, superando poco a poco las barreras existentes, pero no avanzan en la misma medida en la generación de las TIC, tanto desde el punto de vista de la participación en la investigación como en el diseño, la producción de bienes y servicios o los contenidos de Internet.

Se culpa a las mujeres de tener poca presencia en estos ámbitos por falta de las cualificaciones necesarias o desinterés por estas materias. La realidad es que son muchas las chicas que entran en las carreras de ingeniería y cada vez más las mujeres que llegan al sector TIC con sobrada preparación. El problema es, sin embargo, que abandonan, especialmente tras la maternidad o la enfermedad de familiares cercanos.

Muchas mujeres se sienten también atraídas por las profesiones de redes e Internet, pero se desaniman al observar que son sectores todavía muy masculinos y también por la idea extendida de que sólo es posible entrar con títulos de ingeniería o informática.

El mundo de la innovación TIC no sólo es masculino sino extremadamente elitista y las barreras de género son más sutiles, pero más difíciles de remover. Están ocultas bajo requerimientos técnicos, de experiencia y disponibilidad. En realidad, se espera un comportamiento imposible de asumir por cualquier persona, hombre o mujer, que tenga que atender responsabilidades familiares o de cuidados. No se rechaza a las mujeres científicas y tecnólogas en sí, pero se desconfía de su valía y se espera que se comporten como hombres con faldas.

Puesto que esas sutiles barreras constituyen parte del núcleo duro del ámbito de la innovación TIC, es necesario que el diagnóstico y las medidas específicas que se proponen integren los ámbitos de la formación universitaria y el empleo TIC al que abre camino.

En generación de tecnología el efecto de las barreras de género se manifiesta con claridad: entre las profesiones de ciencia e ingeniería por cada 2,4 hombres sólo hay 1,6 mujeres; en las actividades de I+D las mujeres representan el 37% del personal; en los sectores *high tech* las mujeres representan el 27,15 % del empleo (sólo el 5% del empleo femenino corresponde a estos sectores); las profesiones de

redes e Internet también se configuran como un ámbito masculino. (Para el conjunto de la UE no se contabiliza más de un 5 % de mujeres).

En los estudios universitarios, las cosas no van mejor. Como docentes, las mujeres son el 35% del profesorado titular, pero solo ocupan el 13% de las cátedras. Como estudiantes, no superan el 29% en las especialidades técnicas. En las escuelas técnicas y de ingeniería, se sitúan por debajo del 20% en la mayoría de las especialidades y sólo en Informática y Telecomunicaciones alcanzan el 30%.

En formación profesional son mayoritarias en las especialidades de Textil-Confección (82%) y Administración, pero en Electrónica no superan el 8% y en Informática el 27 %.

El empleo TIC no sólo es masculino, como se expresaba más arriba, sino que las mujeres ocupan los puestos menos cualificados de fabricación y/o procesamiento de información. Raramente alcanzan puestos de responsabilidad en las empresas de alta tecnología y si lo consiguen se sitúan en los ámbitos de comercial, marketing, personal o administración, pero no en el núcleo tecnológico duro.

Todo lo anterior se debe a la existencia de barreras formales e informales que se sitúan a distintos niveles:

- **LA ORGANIZACIÓN:** Las organizaciones e instituciones tecnológicas están impregnadas de relaciones de género y las categorías y cualificaciones cruciales se consideran masculinas (es la desconfianza hacia las mujeres).
- **LAS CONDICIONES DE TRABAJO:** El empleado tipo TIC es un hombre, dedicado totalmente a su tarea, con largas jornadas y disponibilidad total (las mujeres que no se ajustan a este modelo parece que padecen un déficit).
- **LA CONCILIACIÓN** Las dificultades para conciliar profesión y familia son, en consecuencia, mayores en los sectores, empresas y empleos tecnológicos que en otras actividades.
- **EL CIRCULO VICIOSO:** estas condiciones laborales hacen difícil que haya más mujeres; al mismo tiempo, como hay pocas mujeres, es difícil que las condiciones de trabajo cambien.

OBJETIVOS

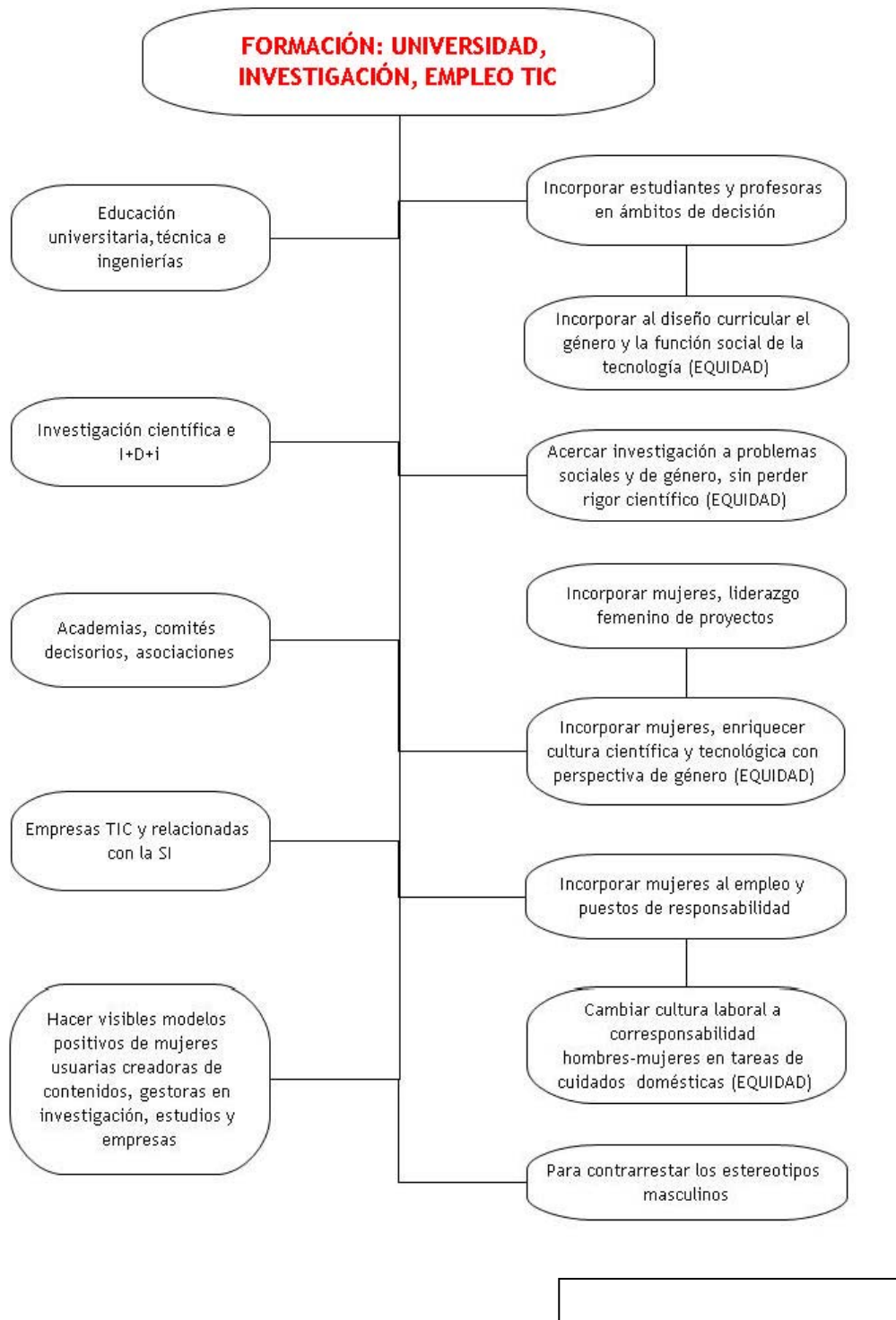
1. Incorporar más mujeres a las actividades y ámbitos de decisión TIC (educación, investigación, producción de bienes y servicios, creación de contenidos) en condiciones de igualdad y con el objetivo de la paridad (60-40).
2. Incrementar la participación de mujeres en los estudios y carreras científicos y tecnológicos, tanto de nivel medio como universitario, como estudiantes y como profesoras e investigadoras, persiguiendo la paridad (60-40) en todos los niveles de responsabilidad.
3. No basta con que las chicas se aproximen a la tecnología, las universidades y centros de estudio e investigación, los laboratorios de I+D, han de cambiar su actitud hacia las mujeres.

4. Incorporar más mujeres como usuarias avanzadas y usuarias diseñadoras de TIC y de Internet.
5. Cambiar la cultura sexista y misógina dominante en los ámbitos tecnológicos e integrar la visión de las mujeres en los procesos de diseño y producción.
6. Enriquecer la cultura del trabajo en los sectores y actividades TIC y de la SI de manera que faciliten la conciliación de hombres y mujeres respecto a los compromisos familiares y de cuidados.
7. No podemos conformarnos con que las mujeres accedan a las TIC para hacer lo de siempre: vender sus trabajos de artesanía por Internet y mantener unida a la familia por medio del correo electrónico.
8. El objetivo es que vendan sus cualificaciones como diseñadoras de sitios Web, gestoras de redes o consultoras de servicios TIC.

MEDIDAS

- Establecer objetivos innovación científica y tecnológica que, sin menoscabo del avance científico, pretendan la superación de problemas sociales, humanitarios y de género.
- Incorporar al diseño curricular de los estudios y carreras tecnológicos materias sobre la función social de la tecnología y la equidad social y de género.
- Incorporar materias TIC en las carreras y estudios de los ámbitos de humanidades, ciencias sociales y de la salud. El dominio de las habilidades TIC debe ser requisito para la obtención de los títulos
- Establecer puentes entre el ámbito universitario relacionado con las TIC y el resto de campos científicos.
- Para facilitar el cambio cultural, las universidades, centros de estudio e investigación y laboratorios de I+D relacionados con las TIC, son necesarias dos estrategias en paralelo:
- Ampliar el ámbito de referencia de los estudios de informática y nuevas tecnologías y relacionarlo con la solución de problemas sociales y no sólo tecnológicos.
- Los requisitos de entrada y el perfil de estudiantado tipo en las carreras TIC deben abrirse a la incorporación de currículos procedentes de otras áreas.
- Incorporar profesorado de otras áreas científicas con el objetivo de potenciar la función social de las tecnologías.

- En la incorporación de profesorado y personal investigador, así como en las comisiones de selección de plazas, becas, premios, asociaciones y academias se ha de considerar mujeres en las candidaturas de forma sistemática.
- Crear un observatorio específico sobre las barreras de acceso a las mujeres en los estudios y empleos TIC, de marcado carácter científico, que incorpore la experiencia internacional y la participación de expertos internacionales.
- Hacer visibles modelos positivos de mujeres en el sector TIC como investigadoras, profesoras, directivas o diseñadoras de contenidos, para contrarrestar los estereotipos masculinos preexistentes.
- Crear un ámbito de reflexión sobre la organización y condiciones de trabajo en las actividades TIC con el objetivo de combinar la eficiencia con la conciliación por parte de hombres y mujeres.





3.2.4. Empleo

Mejorar la empleabilidad de las mujeres y su posición en el mercado de trabajo mediante la adquisición de habilidades TIC, tanto de usuarias primarias como avanzadas y diseñadoras.

JUSTIFICACIÓN

La construcción de la SI en igualdad requiere que la incorporación de las TIC a la producción de bienes y servicios no se constituya en fuente de nuevas diferencias, sino que favorezca la igualdad en el empleo y contribuya a erradicar la discriminación de género.

En la SI la productividad y el crecimiento económico se sustentan en la innovación tecnológica, la cualificación y las cualidades intelectuales y humanas. Las mujeres de hoy se incorporan masivamente al mercado de trabajo debido, por una parte, a que las TIC demandan mano de obra femenina, y por otra, a que las mujeres constituyen el segmento más flexible del mercado laboral:

-Las mujeres han mejorado sus credenciales educativas y forman una bolsa de cualificación que los empresarios aprovechan por un salario más bajo, en condiciones más inestables que los hombres y con menos posibilidades de promocionarse a puestos de responsabilidad. Predominan en los empleos temporales y a tiempo parcial y crecen en el autoempleo.

-A pesar del aumento del empleo femenino, la discriminación vertical persiste y mujeres y hombres acceden a ocupaciones distintas. Las mujeres se concentran en los empleos indirectos (70%); las categorías de profesionales-técnicas y administrativa-ejecutiva, son las que aumentan más deprisa, aunque las trabajadoras de oficina sean las más numerosas. Las categorías de empresarios-directivos y todas las de obreros manuales cualificados, se mantienen como masculinas (90%). Las ocupaciones no cualificadas, tanto manuales como no manuales, se feminizan a pasos agigantados (47%).

-El uso de las TIC permite trabajar a muchas mujeres que anteriormente no podían hacerlo. La investigación nos muestra que para muchas mujeres ha supuesto “encontrar trabajo en la primera entrevista”, “cambiar de empresa”, “poder trabajar como profesional independiente” (C.Castaño, 2005): *Las mujeres y las tecnologías de la información*.

-Se aprecian, asimismo, relaciones más igualitarias porque el trabajo de las mujeres se hace más visible y ello contribuye a mejorar su posición. Este aspecto es muy valorado por las mujeres con más edad y experiencia profesional. Profesoras, profesionales, secretarías de dirección, insisten en que en las comunicaciones a través de Internet se pone en primer plano los resultados y la eficacia en el trabajo, lo que aminora la posibilidad de actitudes sexistas. Muchas mujeres utilizan el

correo electrónico para todo tipo de comunicaciones profesionales, de manera que quede constancia de sus realizaciones.

-El teletrabajo hace más flexible el lugar y el tiempo de trabajo y abre enormes posibilidades de empleo y conciliación de la vida profesional y familiar para hombres y mujeres. Las mujeres se quejan, sin embargo, de que cuando se feminiza, con frecuencia conlleva para ellas inestabilidad contractual, aislamiento social, desregulación laboral.

-La teleoperación también abre un nuevo campo a la incorporación de mujeres y hombres a empleos flexibles que se pueden combinar con actividades como estudios, cuidados, etc., pero también se configura como un ámbito de empleo feminizado en condiciones de trabajo precarias, salarios bajos y escasas posibilidades de promoción.

Las posibilidades de aumentar y mejorar el empleo femenino están relacionadas, en gran medida, con la mejora de las cualificaciones educativas generales y, muy específicamente, con la adquisición por parte de las mujeres de habilidades TIC que superen las de *usuaria pasiva*, alcancen, al menos, las de *usuaria avanzada* y se adentren progresivamente en las de *usuaria diseñadora* TIC. La *fluidez tecnológica* resulta imprescindible para la empleabilidad femenina.

OBJETIVOS

1. Mejorar la empleabilidad de las mujeres y su posición en el mercado de trabajo mediante la adquisición de habilidades TIC, tanto de usuarias primarias como avanzadas y diseñadoras.
2. Extender la e-información corporativa y la formación on line en las empresas como recurso para mejorar la empleabilidad femenina, así como para fomentar capacidades y culturas de igualdad entre la población ocupada e impulsar acciones positivas en las organizaciones.
3. Que el incremento del empleo femenino y la feminización de actividades y ocupaciones no derive en la degradación de sus condiciones laborales.
4. Que la organización y condiciones de trabajo favorezcan la corresponsabilidad de hombres y mujeres en las tareas de conciliación doméstico-profesional, de manera que esta problemática no actúe como una barrera a la participación de las mujeres en el empleo.
5. Desarrollar formas de teletrabajo y teleoperación que no impliquen un empeoramiento de las condiciones laborales de las mujeres en comparación con los empleos presenciales.
6. Fomentar el emprendimiento y el trabajo por cuenta propia, con medios TIC, como vía para aumentar el empleo femenino

MEDIDAS

- Programas de formación en habilidades TIC específicos para mujeres en la escuela secundaria, la formación profesional y la universidad, orientados a alcanzar la *fluidez* y el dominio de las TIC.

- Programas de formación y actualización permanente en habilidades TIC para mujeres ocupadas, en condiciones y horarios que tengan en cuenta sus limitaciones de tiempo y responsabilidades familiares.
- Programas de formación y actualización en competencias transversales para mujeres ocupadas (liderazgo, técnicas de dirección, gestión del tiempo, ruptura de las desigualdades, trabajo en equipo...), potenciando una amplia oferta de e-learning tecnológica y metodológicamente accesible para las mujeres trabajadoras y profesionales. El sistema de formación continua, financiado con recursos públicos y con la aportación de las/los trabajadoras, ha de hacerse eco de esta necesidad e impulsar activamente la formación on line con contenidos y modelos organizativos que favorezcan la igualdad, la ruptura del techo de cristal y la promoción de las mujeres a puestos de responsabilidad en las empresas. Asimismo, ha de ser una vía para mejorar las culturas de igualdad entre los trabajadores varones y para promover acciones positivas en las organizaciones.
- La flexibilidad es un instrumento valioso para generar empleo y puede ser útil para organizar mejor la conciliación de roles, uno de los aspectos más complejos de la incorporación de la mujer al mercado laboral. No debe, sin embargo, ser impuesta a las mujeres por encima de su voluntad y siempre se ha de evitar precarizar las condiciones laborales de la persona afectada.
- Las autoridades públicas (Ministerio e Inspección de Trabajo, Consejerías y Direcciones Generales de Trabajo), los sindicatos y las organizaciones empresariales, deben comprometerse públicamente y velar porque la organización y condiciones de trabajo favorezcan la corresponsabilidad hombres-mujeres en relación con la conciliación doméstico-profesional.
- Promover el teletrabajo y concienciar a la sociedad de las ventajas que puede aportar, como por ejemplo la mejora de la conciliación de la vida laboral y personal, la creación de nuevos yacimientos de empleo y nuevos servicios y la reducción de la movilidad.
- Estudiar las tendencias de teletrabajo por sectores y ocupaciones profesionales para prever y anticipar las condiciones legales más adecuadas, de manera que no se convierta en una actividad laboralmente degradada.
- Las autoridades laborales, los sindicatos y las asociaciones empresariales deben acordar formas de regulación del teletrabajo que lo equiparen a los puestos de trabajo presenciales, tanto en condiciones de trabajo y salarios como en oportunidades de formación y promoción. En este sentido:
- El teletrabajo no debe estar asociado necesariamente al trabajo desde el hogar, ni entenderse como una fórmula para consolidar el rol doméstico de las mujeres, y tampoco debe ser necesariamente a tiempo completo.
- Es necesario fomentar políticas de teletrabajo parcial en las empresas para ayudar a que los trabajadores -hombres y mujeres- puedan compaginar su vida laboral y familiar, al igual que ya se está experimentando en la Comisión Europea.
- Fomentar el autoempleo en condiciones de teletrabajo desde una perspectiva profesional y ofreciendo formación básica para el teletrabajo.
- Asimismo, se ha de facilitar y apoyar la creación de centros de teletrabajo que ofrezcan servicios de intermediación entre empresas y los teletrabajadores.

- Estos servicios deben incluir una bolsa de clientes, puesto que los teletrabajadores individuales y autónomos no cuentan con la infraestructura ni los recursos suficientes como para captar clientes de forma continua, sobre todo en los momentos de inicio de su actividad.
- Las autoridades laborales, los sindicatos y las asociaciones empresariales deben acordar formas de regulación de la teleoperación que dignifiquen sus condiciones de trabajo, salarios, formación y posibilidades de promoción.



Mejorar el perfil y la calidad de vida de las mujeres empresarias, así como la competitividad de sus negocios, a través de las Tecnologías de la Información

3.2.5. Empresa

JUSTIFICACIÓN

Las mujeres están siendo hoy las plenas protagonistas del crecimiento empresarial de nuestro país. Suman ya 923.400 las empresarias y miembros de cooperativas, constituyendo el 12% de la ocupación femenina y el 30% del empresariado en España⁵.

El empleo por cuenta propia se ha convertido en una de las mejores opciones profesionales para las mujeres. Pero, pese a las ventajas, también es cierto que nuestras empresarias han de afrontar determinados obstáculos vinculados a las desigualdades de género (actividad poco diversificada, reducido tamaño del negocio, inferiores niveles de facturación, bajos índices de internacionalización, menor identificación con el rol de empresarias, dificultades en la gestión del tiempo, escasa participación y reconocimiento en las organizaciones representativas del empresariado, etc.).

Entre estos obstáculos, se encuentra precisamente el acceso a las TIC. De hecho, recientes estudios muestran cómo el grado de informatización en las empresas de mujeres es claramente insuficiente. Cuotas del 44.1% en el área de producción, del 51.5% en el área de administración, del 37.3% en el área de ventas y del 28.6% en el del marketing. Sin embargo, la mayoría de las empresarias se interesa en obtener información sobre las nuevas tecnologías, aunque sólo el 2,5% usan Internet como vía de información.

Desde esa perspectiva, el pleno acceso de las empresarias a las TIC puede ser una vía muy importante para lograr una presencia más activa -y competitiva- de las mujeres en la economía y el desarrollo, así como un factor para la creación de empleo femenino, dado que las empresarias no sólo crean empleo para sí mismas sino que también lo hacen para otras mujeres.

OBJETIVOS

1. Generar conocimiento en torno al grado de penetración de las TIC en las empresas de mujeres.
2. Aumentar el grado de acceso y utilización de las TIC por parte de las mujeres empresarias.
3. Utilizar las TIC para:

⁵ Fuente: INE. EPA, IV Trimestre de 2005.

- a) mejorar el perfil profesional de las mujeres empresarias,
- b) fortalecer la competitividad de sus empresas,
- c) impulsar los procesos de internacionalización de sus negocios,
- d) apoyar la generación de redes entre las empresarias,
- e) facilitar su participación social,
- f) fomentar la creación y el fortalecimiento de las empresas de mujeres en los sectores tecnológicos, y
- g) visualizar la contribución económica y social de la empresa femenina.

MEDIDAS

Sabiendo la gran aportación que las Tecnologías de la Información pueden suponer al fortalecimiento del empresariado femenino, es necesario aprovechar su potencial mediante la puesta en marcha de iniciativas y medidas concretas en este campo.

a) Conocimiento

- Realizar estudios -de corte cuantitativo y cualitativo- en los que se analice el *grado de penetración de las Tecnologías de la Información en las empresas de las mujeres*, la utilización que hacen de ella según las distintas áreas de negocio (administración, recursos humanos, marketing, comercio, ...), las necesidades que cubren o dejan de cubrir mediante el uso de la red, los contenidos que les ofrecerían mayores posibilidades, los principales obstáculos detectados para el incremento del uso de las TIC, etc.

b) Acceso

- Poner al servicio de mujeres empresarias *centros y recursos informáticos*, en particular en las áreas rurales (por ejemplo, a través de las asociaciones de mujeres empresarias, de las agencias de desarrollo local, etc.);
- realizar actuaciones específicas, tanto para las empresarias individuales como para las de pymes y micropymes, que incidan en la sensibilización/información/asesoramiento/tutoría personalizada sobre el *uso efectivo de las TIC en la pequeña empresa*. Estas actuaciones han de tener en cuenta los *problemas de disponibilidad horaria y de movilidad* que afectan habitualmente a las mujeres a cargo de una micro o pequeña empresa;
- conceder ayudas y/o facilidades para la *adquisición de equipos, actualización de software o acceso a Internet* y/o estipular acciones positivas de género dentro de los programas generales que estén vigentes al respecto;
- establecer fórmulas efectivas para *abaratar el coste de las conexiones*;
- y realizar *campañas de información* entre las empresarias acerca de los programas y recursos generales de los cuales pueden beneficiarse en esta materia.

b) Nuevos Contenidos y Servicios

- Desarrollar nuevos contenidos y herramientas que contribuyan a mejorar el perfil empresarial de las mujeres, sus pequeñas empresas y, en definitiva, “sus vidas”. Contenidos y servicios relacionados con:
- *La formación para el desarrollo competitivo:* Lo que significa potenciar una oferta sólida de formación on-line para empresarias (en gestión empresarial, comercial y de recursos humanos, pero también en el refuerzo de sus habilidades personales) en la que se contemplen, de manera específica, cuestiones tales como los medios y canales de captación de beneficiarias, la tutorización por parte de personas con “sensibilidad de género”, el uso de lenguajes e imágenes inclusivas, la realización de soportes (guías, CDs...) con enfoque de género, los problemas de disponibilidad, etc.
- *La creación de una red de servicios de apoyo a la comercialización de sus productos y servicios, así como a la internacionalización de sus negocios:* Que ofrezca herramientas y asesoramiento personalizado para la creación y promoción de sus páginas Web en los buscadores y focos de demanda, sistemas de información on line - sectorializados y adaptados a la realidad de las pymes femeninas- en torno a mercados y proveedores, acceso a claves y oportunidades de internacionalización para los negocios de menor tamaño regentados por mujeres, disposición y gestión activa de tableros de anuncios, puesta en marcha de portales sectoriales (con visión de género y pequeña empresa), oferta de ciber tutores/as con especialización en estos campos, etc.
- *El lanzamiento de un programa de ciber-asistencia tecnológica* a las micro y pequeñas empresas lideradas por mujeres, a través del cual éstas dispongan de soportes y apoyos prácticos para el uso eficiente de las herramientas tecnológicas, así como para la resolución de problemas técnicos.
- *La creación y promoción de servicios que contribuyan a la gestión y ahorro de tiempo de la empresaria* tanto en sus actividades profesionales como personales, tales como herramientas y estímulo de ciber-reuniones, acceso a trámites administrativos a través de la red, facilidades de información, compra y participación on line (educación, sanidad...), implantación del voto on line en elecciones a organizaciones empresariales y cámaras de comercio, etc.

c) Innovación

Establecer líneas de trabajo conducentes a *incorporar las Tecnologías de la Información en áreas empresariales clave* como la producción, la administración, los recursos humanos, el marketing, la comunicación con proveedores y clientes, etc. Lo que requiere actuaciones de sensibilización/información específica para mujeres empresarias, líneas de subvención concretas para ellas, procesos de acompañamiento/tutorización adecuados a sus necesidades, el impulso de proyectos piloto en sectores productivos de amplia presencia femenina, etc.

d) Redes

Crear y dinamizar *sitios de encuentro en Internet* para mujeres empresarias, en los que puedan compartir, intercambiar, reflexionar, proponer, y generar, de este modo, un clima más favorable para la igualdad en el empleo y la empresa.

f) Participación en los espacios de decisión

- *Establecer canales que permitan a las mujeres formar parte de las decisiones políticas, en este caso en el campo de las políticas empresariales, mediante la edición de “guías de participación” con los sitios Web de referencia, la apertura de foros y buzones de participación y consulta, la elaboración de “libros blancos” on - line, la disposición de herramientas para la recogida de firmas a través de Internet, etc.*
- *Del mismo modo, es importante aprovechar las ventajas de Internet para fortalecer el asociacionismo empresarial femenino y su incidencia en las asociaciones empresariales mixtas (creando tele servicios específicos de asesoría y acompañamiento, impulsando sistemas de intercambio entre asociaciones de empresarias de distintos territorios, posibilitando que estas asociaciones propongan y desarrollen agendas en este sentido, abriendo campos para una mayor visibilidad social y política de sus actuaciones, etc.), para lo cual sería muy interesante establecer también líneas de financiación específicas.*

g) Fortalecimiento de las empresas “tecnológicas” de mujeres

Apoyo técnico y financiero a la creación y fortalecimiento de empresas lideradas por mujeres en el sector de las nuevas tecnologías y/o de la sociedad de la información, tanto en las *industrias de hardware y software como de contenidos y servicios Internet*.

h) Divulgación y sensibilización

Mediante las tecnologías de la información e Internet se puede trabajar en *visibilizar el aporte social y económico* que realizan las mujeres empresarias, mostrar *nuevos modelos* de rol en “femenino” de la gestión empresarial, difundir *ejemplos* de mujeres que abren camino en este terreno, mostrar *experiencias e iniciativas* exitosas de promoción del empresariado de mujeres, dar voz a las expectativas y demandas de las empresarias, conformando, de este modo, nuevos valores de igualdad y una opinión pública favorable. Establecer líneas de apoyo (programas, subvenciones, soportes...) en este campo resulta, por ello, esencial.

Utilizar las TIC como instrumento de información, sensibilización, contenidos, servicios y redes de igualdad desde la Administración

3.2.6. Administración

JUSTIFICACIÓN

Las TIC son un instrumento que sirven para gestionar con mayor calidad, eficacia y eficiencia los servicios y recursos públicos, principalmente, en tres sentidos:

- como medio para informar y sensibilizar a la ciudadanía sobre las acciones públicas,
- haciendo posible la gestión y tramitación on - line de servicios públicos,
- permitiendo la coordinación de estrategias, políticas y actuaciones entre distintas Administraciones.

Dadas las grandes ventajas que para las organizaciones públicas puede tener la utilización e implantación de las TIC, desde todos los ámbitos políticos se está promoviendo la denominada e-Administración. Pero también, en este aspecto, es necesaria la aplicación de una mirada de género que conlleve la construcción de una e-Administración de igualdad y para la igualdad.

OBJETIVOS

1. Utilizar las TIC desde la Administración Pública para informar y sensibilizar acerca de las acciones en materia de igualdad de oportunidades y para lanzar nuevos valores de género en la red.
2. Promover contenidos y servicios públicos digitales de interés y adaptados a las necesidades de hombres y de mujeres, que permitan las mismas ventajas a unos y otras y/o que sirvan para reducir las desventajas que afectan específicamente a la población femenina.
3. Utilizar las TIC como herramienta de coordinación y cooperación interinstitucional en materia de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

MEDIDAS

Al objeto de contribuir en la implantación de una e-Administración que beneficie en igual medida a hombres y mujeres y que sirva como herramienta activa de igualdad, se propone desarrollar las siguientes medidas:

e) Fomento y visibilización de actuaciones, organizaciones y valores para la igualdad

- Aprovechar los recursos que ofrece la red para promover la *formación on line de funcionarias y funcionarios públicos* en los valores y la gestión de la igualdad en sus respectivos ámbitos de trabajo.
- Aportar *una oferta de herramientas (manuales...) y formación en género y TIC* a las unidades responsables del diseño e implantación de servicios públicos relacionados con el desarrollo de la SI.
- Dotar de *visibilidad a las actuaciones* que se promueven en materia de igualdad de género desde las Administraciones Públicas (buenas prácticas), previendo la generación de espacios concretos de información y formación sobre la materia.
- *Difundir, sensibilizar e informar* desde las Administraciones sobre otras organizaciones y entidades, ya sean públicas o privadas, que operan a favor de la igualdad de género.
- Aprovechar los espacios en la red de las Administraciones para *lanzar nuevos valores y mensajes de igualdad* (e-campañas de igualdad).

f) Contenidos y servicios digitales para la igualdad

- Promover (mediante acciones de motivación, asesoramiento y financiación) *contenidos y servicios digitales en los espacios Web de las Administraciones* que contemplen de forma específica las necesidades diferenciales de hombres y mujeres, de manera que ambos puedan beneficiarse de la misma manera de la administración electrónica. Por poner dos ejemplos, en materia de sanidad, los espacios Web de las Administraciones deberían contener información relativa a los problemas de salud femenina o, en relación a la justicia, recoger toda la legislación y normativa relacionada con la igualdad entre mujeres y hombres.
- Es necesario recalcar que los contenidos de Internet están actualmente muy alejados de las prioridades de las mujeres. Por ello, desde las Administraciones se debe también mejorar la estructura de cómo se presenta la información, su cantidad y calidad, adecuando los mensajes y ejemplos a cada ámbito concreto para tener más efectividad, porque las TIC son para las mujeres una herramienta a la que se aproximan si es con un propósito y un significado. Por tanto, se deben *fortalecer contenidos y servicios de proximidad desarrollados con una dimensión local*, basados en las necesidades de las mujeres y en las actividades que realizan para sus proyectos y en su entorno familiar.

g) Cooperación y coordinación interinstitucional en materia de igualdad

- Finalmente, la Sociedad de la Información debería servir para mejorar la coordinación interinstitucional -entre todos los niveles administrativos y entre departamentos en los mismos niveles- para la formulación de políticas, programas y actuaciones de igualdad más integrales y sinérgicas. La puesta en marcha de espacios colaborativos para la igualdad entre personal de las Administraciones, con información de contexto, materiales formativos, foros especializados, etc., podría servir de medio para la generación de una *red interinstitucional de igualdad de mujeres y hombres en las Administraciones*.



IV. Aplicación

JUSTIFICACIÓN

Para intervenir con éxito en la conversión de las TIC y la Sociedad de la Información en unas impulsoras de la igualdad entre hombres y mujeres no sólo es necesario proponer un conjunto articulado de medidas sino, sobre todo, resulta imprescindible prever mecanismos operativos que posibiliten que dichas medidas se lleven a la práctica de un modo efectivo. Es lo que se conoce, en el lenguaje institucional, como **'gobernanza'**.

La experiencia y las evaluaciones de diferentes programas relacionados con la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en distintos ámbitos (por ejemplo, en el marco de la política estructural comunitaria, donde hay ya un amplio recorrido en el desarrollo de las políticas en este campo), demuestran hasta qué punto la ausencia -o debilidad- de los mecanismos de aplicación convierten los objetivos de igualdad en una relación de principios retóricos que no se acompañan de procesos de cambio real. En esa medida, todas las instancias involucradas en estas políticas insisten en la prioridad de establecer dispositivos de **capacitación, seguimiento, evaluación continua, coordinación, redes de trabajo y comunicación** para que los programas implantados culminen con éxito y consigan ser sostenibles a medio y largo plazo.

Junto a esta apuesta por **hacer de la igualdad un camino, para que luego ésta se convierta en resultado**, la experiencia revela asimismo que el éxito depende de la presencia en el diseño y gestión de las intervenciones de dos factores adicionales de gran importancia: uno de ellos es la **pertinencia de género** de las políticas a aplicar (es decir, lo que cuenta no es tanto hacer mucho como hacerlo en la dirección adecuada), algo que requiere partir de un conocimiento sólido y diferenciado de la realidad. Un conocimiento que recoja tanto datos como causas, tendencias y oportunidades, y que sirva para fundamentar y estimular de un modo comprometido nuevas dinámicas de igualdad.

El segundo factor es el **impacto de género**, el cual sólo se consigue si se incorpora de un modo transversal esta perspectiva en el conjunto de las políticas; de un lado asegurando una representación equitativa de las mujeres entre sus beneficiarios y, de otro, integrando la perspectiva de género en el diseño, contenidos, protagonistas y operativa global de las mismas. No en vano las mujeres representan más de la mitad del conjunto de la población, no pudiendo encerrarse su peso y diversidad en un colectivo más, y mucho menos aún situado -como tan habitualmente sucede- entre las categorías de grupos marginales.

Calidad de los procesos, pertinencia e impacto han de formar parte, pues, de una propuesta efectiva dirigida a alcanzar metas de igualdad en la sociedad de la información y, sobre todo, orientada a avanzar hacia una sociedad de la información para la igualdad.

OBJETIVOS

1. Incorporar *la transversalidad de género como principio rector* de las políticas desarrolladas en el ámbito de las TIC y la Sociedad de la Información.
2. Poner en marcha un *plan de acción* que convierta las medidas expresadas en el presente documento en un compromiso firme y viable.
3. Ampliar y cualificar el conocimiento actualmente disponible sobre la *participación* femenina en los entornos TIC y en la Sociedad de la Información, así como acerca de la *brecha digital de género*, a fin de alimentar estrategias innovadoras para alcanzar la e-igualdad.
4. Identificar el *alcance, características, debilidades y oportunidades de las políticas* desarrolladas en este ámbito, desde una mirada de género, con el propósito de promover su mejora y transformación.
5. Propiciar *mecanismos de liderazgo y de coordinación entre las y los agentes - públicos y privados- implicados en estas políticas a nivel estatal, autonómico y local*, al objeto de disponer de un potente motor del cambio, fortalecer el intercambio de buenas prácticas, estimular la reflexión y planificación compartida y, en esa medida, asegurar el impulso efectivo, la calidad y la innovación de las políticas de género en la SI.
6. Promover la *socialización y difusión activa* del conocimiento existente y de las medidas emprendidas, a fin de que éstos sean una fuente de reflexión, debate y orientación de la agenda de la e-igualdad en el conjunto de las instituciones, las empresas y la sociedad española.

MEDIDAS

4.1 La transversalidad de género como principio rector

El enfoque de género es una premisa obligada en el diseño de políticas públicas dentro del espacio de la Unión. La nueva normativa de rango general de la Unión Europea⁶ sobre la inclusión de las mujeres en los desarrollos legislativos y diseños de programas, asume el *mainstreaming* como la estrategia que debe tenerse en cuenta en todas las decisiones políticas. Esta estrategia es impulsada en el IVº Programa de Acción Comunitario para la Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres, siendo uno de sus objetivos prioritarios para avanzar en las políticas de igualdad de oportunidades.

⁶ http://europa.eu.int/comm/employment_social/gender_equality/index_en.html

Es preceptiva la inclusión del principio de *mainstreaming*⁷ -en castellano transversalidad- en todas las actuaciones financiadas con fondos europeos. No se trata de abordar acciones puntuales, sino de aplicar el principio de transversalidad desde la fase de detección, diseño, implementación y evaluación de la legislación, normativa o acciones a desarrollar.

El *mainstreaming* supone mucho más que la incorporación de las políticas específicas en las políticas generales⁸. Requiere de **un verdadero cambio y una reorganización a todos los niveles:**

- Requiere un compromiso de todas las estructuras políticas y sus responsables, mujeres y hombres.
- Requiere que en todos los procesos de toma de decisiones se tenga en cuenta y se incorpore el principio de igualdad de oportunidades.
- Requiere incluir la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en todas las etapas del ciclo de las políticas: planificación, ejecución, seguimiento y evaluación.
- Requiere de la implicación de responsables políticos, técnicos y organizaciones sociales.

En el entorno de la Sociedad de la Información y las TIC la aplicación del enfoque de género supone la adopción de medidas y acciones, que deben ser múltiples para atender a la diversidad de las mujeres e integradas en una **estrategia global** que se materializa en programas sectoriales o por ámbitos para combatir la tecnofobia y fomentar el tecnointerés entre las mujeres. Los programas deben contener **objetivos evaluables** para analizar la integración de este enfoque transversal de género en los diseños, contenidos, y aportes financieros. Y deben, asimismo, prever la **cualificación en género de las instancias responsables** del diseño y gestión de los mismos, al igual que contar con **especialistas en materia de igualdad** que puedan prestar su asesoramiento experto al conjunto de procesos asociados a la puesta en marcha de estas políticas.

De un modo particular y urgente, se considera también necesario estudiar y adoptar medidas para que el citado enfoque transversal se aplique en el desarrollo del **Plan Avanza**.

4.2 Un Plan de Acción para la Igualdad en la SI

Paralelamente, resulta imprescindible que el conjunto de medidas propuestas en este documento -las cuales se mueven en distintos planos y plazos de realización- sean convertidas en un verdadero plan director que impregne, y a la vez

⁷ Grupo de especialistas del Consejo de Europa (1998) lo define de la siguiente manera: "El *mainstreaming de género* es la organización (reorganización), la mejora, el desarrollo y la evaluación de los procesos políticos, de modo que una perspectiva de igualdad de género, se incorpore en todas las políticas, a todos los niveles y en todas las etapas, por los actores normalmente involucrados en la adopción de medidas políticas."

⁸ <http://www.fundacionmujeres.es/hera2001/proyecto/mainstreaming.htm>

enriquezca, las políticas y programas que actualmente se están desarrollando en el campo de la SI.

Este Plan de Acción ha de concretarse, **en el plazo de seis meses**, en un nuevo documento que recoja, **con el horizonte situado en el año 2010**:

- Compromisos políticos e institucionales
- Medidas a adoptar
- Resultados esperados
- Responsables de la implantación de las medidas
- Plazos de ejecución
- Asignación presupuestaria a cada medida
- Sistema de seguimiento y evaluación
- Modelo y mecanismos de coordinación
- Comunicación anual de resultados y retos pendientes

Además de las medidas específicas que se pongan en marcha, el Plan ha de prever también procedimientos concretos para que la igualdad avance en el conjunto de las políticas en vigor (aplicación del enfoque transversal). Desde esa perspectiva, habrá que estudiar la implantación de mecanismos incentivadores tales como la **inclusión de criterios de género en las convocatorias de ayudas**; por ejemplo, estimulando expresamente el desarrollo de contenidos y la participación de entidades cuyo fin sea el de promover la e-igualdad.

4.3 Conocer para transformar

Un sólido sistema de conocimiento es esencial para lograr un correcto enfoque de las políticas de género y SI, así como para adaptarlas a necesidades y demandas de un abanico muy diverso de beneficiarias y beneficiarios. Dicho sistema u Observatorio ha de dotarse de indicadores generales y también de un programa de estudios temáticos que profundice en realidades o problemáticas de corte más específico. Para ello se proponen las siguientes medidas:

4.3.1 Indicadores de género

- Incorporar indicadores de género en los sistemas públicos de información sobre las TIC y la sociedad de la información en España, particularmente en los aspectos referidos a la *accesibilidad* en todas sus vertientes (tecnológica, económica, cultural...), la *capacidad*, los *usos* y las *demandas* de las diferentes categorías de usuarios/as, tanto actuales como potenciales.
- Estos indicadores deberían contemplarse *de un modo conjunto con otras variables* que, cruzadas con el género, sabemos tienen un impacto significativo en los niveles, perfiles y características de la e-inclusión en nuestro país tales como la edad, el nivel de estudios, la actividad

profesional y el entorno geográfico (rural/urbano, Comunidad Autónoma...).

- De la misma manera, los indicadores de género deben integrarse también en los *mapas sectoriales* de incidencia de las TIC y la SI y, muy especialmente, en los relativos a las empresas, la educación y formación, la salud, la Administración, el comercio, los hogares, los espacios de participación social y el propio sector TIC.
- Por último, es importante establecer *parámetros comparativos* respecto a una selección de indicadores relevantes, a fin de poder realizar a través de ellos un seguimiento más rico y eficaz de la situación y evolución de la brecha española que, en esta materia, existe en relación al conjunto europeo.

4.3.2. Plan de estudios temáticos

- A fin de disponer de un diagnóstico más amplio y cualitativo acerca de éstos y otros temas de interés, se propone el diseño de un *programa anual de estudios* que permita profundizar en el conocimiento de la realidad de la SI en femenino, así como en los factores de incidencia y las dinámicas que acompañan la evolución de la participación de las mujeres en los beneficios y construcción activa de la Sociedad de la Información en España.
- Estos estudios deben abordarse desde cinco perspectivas: a) la participación de las mujeres como beneficiarias de los *contenidos y servicios* de la SI en distintos campos clave (educación, salud, empleo, participación, comercio electrónico...), b) los *usos diferenciales* que hacen los distintos perfiles de hombres y mujeres de las herramientas TIC y la red (incluyendo sus causas), c) los sectores femeninos afectados por la *exclusión digital* y las estrategias para superarla, d) las *oportunidades, demandas y propuestas* de las diferentes categorías de mujeres (usuarias y no usuarias) para mejorar el nivel de participación femenina en la SI y acentuar su protagonismo como arquitectas de esta nueva sociedad, y e) la posición, valores, obstáculos y oportunidades para involucrar activamente a las *empresas del sector* en el impulso de la igualdad en la SI.
- Resulta conveniente también ahondar en modelos de conocimiento de corte más cualitativo y dinámico, por ejemplo *identificando biografías de mujeres* que están abriendo camino en este campo y cuyas trayectorias puedan aportar pistas y ejemplos sobre las mejores estrategias a seguir.
- Resulta clave, por otra parte, constituir y alimentar un *amplio sistema de información* que, junto a los documentos de elaboración propia, pase igualmente por la recopilación sistemática, el seguimiento y el análisis de los estudios llevados a cabo por otras instituciones públicas y privadas que recojan la situación de las mujeres en el mundo de las TIC y la SI, tanto

en España como a nivel europeo, así como las políticas implantadas al respecto.

- Este sistema de información debería estar accesible para las personas interesadas en un *espacio Web específico* (ver medida 4.6).

4.4 Evaluar para hacer avanzar las políticas

La evaluación constituye una herramienta de calidad fundamental para el desarrollo de cualquier política y ésta es una premisa que, cada vez más, las organizaciones tienen en cuenta a la hora de diseñar sus intervenciones y planes. Pero todavía son escasas las prácticas evaluativas sensibles al género, pese a tratarse de una dimensión imprescindible para la confiabilidad y calidad de las propias evaluaciones. La Sociedad de la Información, por su naturaleza, repercute en las personas y en sus proyectos (sociales, económicos, laborales, formativos, vitales...) en términos de oportunidad o desventaja, mas nunca de forma neutral. Y en la medida en que hombres y mujeres tienen en la sociedad puntos de partida, roles y resultados diferentes, el impulso de la SI desde ópticas inclusivas obliga a una mirada atenta y constante de las desigualdades de género y de las estrategias más apropiadas para su superación, precisamente por tratarse de un campo que es transversal a todos los espacios de la vida.

Por ello en este punto se propone:

- Incluir el género como *eje transversal de las evaluaciones* de la pertinencia, procesos y resultados de las políticas y planes, puestos en marcha por el Gobierno, para impulsar el desarrollo de las TIC y la Sociedad de la Información en España.
- Asimismo, las evaluaciones deben prever un *capítulo específico de igualdad de oportunidades*, en el que se profundice en el diagnóstico de la situación -tanto en términos cuantitativos como cualitativos-, se indague en las causas y se avancen propuestas de mejora, tanto generales como orientadas específicamente a distintos colectivos femeninos (empresarias, profesionales, mujeres del medio rural, mayores, usuarias del sistema sanitario, mujeres del sector TIC, etc.). Es importante que las evaluaciones no sólo se centren en los niveles de presencia femenina dentro de las políticas en vigor sino, también, en el grado de pertinencia y suficiencia de esas mismas políticas cara a contribuir al objetivo de alcanzar la igualdad entre hombres y mujeres. Incidiendo para ello en aspectos tales como la existencia o carencia de e-políticas para la conciliación, para el desarrollo profesional y empresarial, para la participación social, para la comunicación de nuevos valores y culturas de igualdad a través de la red, para el estímulo del protagonismo femenino en la industria de soportes y contenidos, etc.
- El propósito de evaluar las políticas de las TIC y la SI desde una perspectiva de género debe ejemplificarse en las promovidas por el propio *Ministerio de Industria, Turismo y Comercio*, pero también extenderse a

las *aplicadas por otros Ministerios y Organismos Autónomos de la Administración Central, CC.AA., etc.* A tal efecto habrían de promoverse *mecanismos de coordinación* (reuniones, grupos de trabajo presenciales y virtuales) con las instancias responsables dentro de estas instituciones de las fuentes estadísticas y los estudios.

- A fin de facilitar y aportar rigor a esta tarea, se propone la elaboración y distribución entre las personas y empresas evaluadoras de una *‘guía práctica de evaluación de las políticas en el campo de las TIC y la sociedad de la información desde un enfoque de género’*.

4.5 Liderar el proceso para alcanzar el objetivo

Un objetivo de este calado sólo es alcanzable si existe una implicación y liderazgo, activo y comprometido, en el plano institucional y técnico, en el estratégico y el cotidiano. En esa medida, una política hacia la e-igualdad debe prever la creación, al menos, de los mecanismos siguientes:

- Un *grupo temático de trabajo sobre Género y TIC*, integrado en los correspondientes organismos o comisiones sectoriales, dirigido al intercambio y coordinación en el ámbito interministerial, de las Comunidades Autónomas y, en su caso, de las principales empresas del sector.
- Una *unidad especializada en género* dentro de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, cuya misión sea el impulso y seguimiento de los compromisos en este campo.
- Un *panel permanente de personas expertas en género y SI* cuya función sea la de interpretar, debatir y extraer conclusiones prácticas de los estudios y evaluaciones que se realicen; proponer la inclusión de nuevos indicadores o estudios, plantear mejoras a los programas en curso o proponer nuevas medidas y prestar asesoramiento de alto nivel a las/os responsables de estas políticas cara al diseño y ejecución de las mismas.

4.6 Comunicar para implicar a las empresas y a la ciudadanía

La difusión y sensibilización es otra de las herramientas fundamentales para garantizar el consenso y arraigo de una nueva política. Y, en este caso, parece claro que la comunicación ha de abarcar distintos públicos objetivo, entre los que citaremos de un modo particular a las instituciones encargadas de proponer e implantar las políticas de la SI en todos los niveles del Estado, a las empresas del sector y a la opinión pública en general.

Algunas de las actuaciones a realizar en este terreno podrían ser las que se citan seguidamente:

- Realización de *campañas específicas sobre las medidas y planes que se pongan en marcha* para estimular la igualdad en la SI y para promover una SI para la igualdad.
- La utilización de *imágenes y lenguajes que incluyan a las mujeres como protagonistas y usuarias activas* de la SI en las actividades generales de difusión que lleve a cabo el Ministerio.
- La difusión de los diagnósticos realizados acerca de la participación femenina en la SI, y de la incidencia en ella de las políticas aplicadas, a través de la publicación de un *informe anual*, así como de la realización y distribución de *publicaciones monográficas* con los datos y estudios recabados.
- La inclusión de un *capítulo sobre la e-igualdad* en los documentos y balances globales que se realicen en torno a las políticas generales del Ministerio dirigidas al desarrollo de la SI (al igual que se hace con otras temáticas como la e-Administración, la e-salud, la educación en línea, etc.).
- La programación de *encuentros y seminarios*.
- Y, horizontalmente a todo lo anterior, la creación de un *espacio Web especializado, pero vivo, en torno a esta temática*.

Informe elaborado por el Grupo de Género de la Organización Sectorial de la Sociedad de la Información.