

LAS MUJERES ANDALUZAS Y LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Dirección del Proyecto:
Dra. Cecilia Castaño Collado

Equipo de Investigación del Instituto de Desarrollo Regional:
María José Guerrero Mayo
Paula Rodríguez Modroño
Raquel Ruiz Crespo

Colaboradora de Investigación:
Sara Añino Villalba

Revisión:
Ignacio Miró Rodríguez

INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER

SEVILLA

2003

© y edición: Instituto Andaluz de la Mujer

Diseño y maquetación:
A.G. Novograf, S.A. (Sevilla)

Imprime: Gráficas Santa María, S.C.A.
Coria del Río
I.S.B.N.: 84-7921-109-1
Depósito Legal: SE-0065-2004

PRESENTACIÓN

“Las Mujeres Andaluzas y la sociedad de la información”

El presente estudio, fruto de una labor investigadora que tiene como protagonistas a las mujeres en su relación con las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, responde a la clara voluntad política del Gobierno andaluz, canalizada a través de su Organismo de Igualdad, de abordar la modernización de Andalucía poniendo en valor lo femenino. Esto es, impidiendo que el analfabetismo digital profundice la brecha de la desigualdad y nos sitúe, una vez más, al margen del conocimiento.

Las andaluzas y los andaluces nos enfrentamos al gran proyecto de establecer las estrategias adecuadas que nos incorporen plenamente a la sociedad de la información, donde la materia prima es el conocimiento. Vivimos tiempos de cambio y las mujeres sabemos muy bien que éstos difícilmente son neutros y que afectan, de diferente modo, a las clases sociales y a los géneros. Asimismo, será preciso valorar que no todas las mujeres cuentan con los mismos recursos y posibilidades en función de su edad, de su lugar de residencia, de su nivel cultural, de su procedencia...

Constatamos que las dificultades para acceder al mercado de trabajo, por un lado, y, por otro, la doble jornada y la doble presencia a que nos vemos sometidas con la asignación desigual de roles sociales, nos sitúan en un estado de continuada eventualidad que limita nuestros tiempos personales, sociales y de ocio; en definitiva, nos sentimos envueltas en una permanente renuncia y apartadas –entre otras muchas cosas– del acceso a los bienes y recursos del progreso.

Sin embargo, sabemos muy bien que un progreso sostenible ha de fundarse sobre la base de la solidaridad, y ello conlleva no sólo compartir información, sino también recursos. Únicamente así será posible evitar la exclusión informática disponiendo de las ventajas que ofrecen a nuestra autonomía y *empoderamiento* las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

Por todo ello, al formular las políticas de las TIC, éstas han de incorporar el factor humano, asumir que el acceso a las mismas es un derecho universal y considerar cuidadosamente las diferencias que hombres y mujeres mostramos en cuanto a prioridades y necesidades. Porque las mujeres, desde nuestra experiencia histórica, aportamos –sin duda– una visión enriquecedora y reflexiva que pone de manifiesto que valores y saberes pueden caminar unidos.

Experiencias, puntos de vista, barreras y oportunidades, presentadas de viva voz, alternan su realidad en las páginas de esta investigación. De ellas se desprende un compromiso asumido con firmeza: potenciar las oportunidades y eliminar las barreras. Porque reclamamos nuestro derecho a incorporarnos plenamente al ciberespacio, entendido como un nuevo espacio público, económico, social y cultural que nos pertenece.

En el marco de una nueva dimensión del concepto de ciudadanía que se concreta en espacios diferentes, de una economía globalizada que considera el conocimiento como la principal fuente productiva, nuestro reto es que el acceso de mujeres y hombres a las TIC se sustente sobre las bases indispensables de la libertad, la justicia y la igualdad.

Gracias a todas las mujeres que han hecho posible, con su trabajo y entusiasmo, esta valiosa investigación.

Teresa Jiménez Vílchez
Directora del Instituto Andaluz de la Mujer

ÍNDICE

Introducción	9
1. La sociedad de la información desde el punto de vista de las mujeres	13
1. Descripción de la relación SI-Mujeres	15
2. Descripción de los cambios económicos, sociales y del empleo en la SI y sus efectos sobre la vida y la conciencia de las mujeres	29
3. Conclusiones	41
2. Indicadores de la sociedad de la información y mujeres	43
1. Indicadores de la sociedad de la información e indicadores de género ..	45
2. Conclusiones	69
3. Las mujeres activas en Andalucía: empleo y empresarias	71
1. La posición de las mujeres en el mercado laboral andaluz y su relación con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ..	73
2. Empresas: El Empresariado Femenino en Andalucía	86
3. Conclusiones	93
4. Las mujeres usuarias de TIC en Andalucía	97
1. Introducción	99
2. Disponibilidad y modos de acceso a las TIC por parte de las mujeres usuarias de TIC	101
3. Usos de las TIC por parte de las mujeres	124
4. Ventajas y Limitaciones de las TIC	140
5. Conclusiones	156
5. Perfiles de mujeres usuarias de TIC	161
1. Perfiles de Mujeres Usuarias de TIC	163
2. Conclusiones	180
6. La combinación de responsabilidades profesionales y domésticas: ahorro de tiempo y teletrabajo	183
1. La combinación de responsabilidades profesionales y domésticas: ahorro de tiempo y teletrabajo	185
2. Teletrabajo y combinación de responsabilidades profesionales y domésticas	194
3. Conclusiones	203

7. Tendencias, actitudes y opiniones	209
1. Tendencias.	212
2. Actitudes	223
3. Opiniones	233
4. Conclusiones.	245
8. Las Administraciones Públicas como mediadoras entre la sociedad de la información y las mujeres en Andalucía	251
1. Introducción	253
2. Los proyectos NOW dedicados a las TIC y/o al teletrabajo en Andalucía	255
3. Los proyectos EQUAL destinados al empleo femenino en relación con las TIC	265
4. Los Marcos Comunitarios de Apoyo (2000-2006) en Andalucía.	272
5. Otros proyectos y servicios desarrollados en Andalucía en la actualidad . .	280
6. Las Administraciones Públicas en la Web	283
7. Conclusiones.	286
9. Diagnóstico de la situación y conclusiones	291
1. Indicadores de género de la SI (España, Unión Europea)	294
2. Perfil de la usuaria de TIC española	297
3. Las mujeres activas en Andalucía: empleo y empresarias	300
4. Perfil de la usuaria de TIC andaluza	301
5. Tipos de usuarias de las TIC	308
6. Impacto de las TIC sobre la vida profesional y doméstica de las usuarias andaluzas	314
7. Tendencias, actitudes y opiniones de las usuarias andaluzas.	317
8. Las administraciones públicas andaluzas como mediadoras entre la SI y las mujeres	321
10. Recomendaciones y propuestas de actuación	327
Bibliografía	347

INTRODUCCIÓN

“Las mujeres andaluzas y la sociedad de la información” surge de la inquietud del *Instituto Andaluz de la Mujer* por acercarse al proceso de cambio que está experimentando la sociedad y averiguar en qué medida las nuevas tecnologías favorecen o dificultan la igualdad de género y la integración de las mujeres a la vida económica, social y política.

La incorporación masiva de las mujeres a la actividad económica (como trabajadoras o empresarias, como innovadoras, en la universidad, en la investigación, en el mundo cultural o en las ONGs) constituye uno de los elementos determinantes de transformaciones decisivas en las sociedades actuales, y su presencia está produciendo cambios en los mercados de trabajo en paralelo con la difusión de las innovaciones tecnológicas y organizativas más importantes que configuran lo que llamamos *sociedad de la información* (SI). El uso generalizado de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) es uno de los rasgos más distintivos del siglo que acaba de comenzar, y atrae el esfuerzo de personas estudiosas e investigadoras desde todos los ámbitos de las ciencias sociales. Sin embargo, los análisis de la SI, de los retos y oportunidades que representa, no pueden dejar de estudiar el papel de las mujeres en relación con un proceso de cambios económicos y sociales de la magnitud del que estamos viviendo. Así lo pone de manifiesto el profesor Castells en su obra *La Era de la Información*, Vol. II. (Cap. 4: “El fin del patriarcado: movimientos sociales, familia y sexualidad en la era de la información”).

Las nuevas tecnologías están transformando profundamente numerosos aspectos de la vida económica y social, constituyéndose no sólo en un factor clave de competitividad y empleo, sino también en una fuente de cambios notables en nuestra vida cotidiana.

Frente al nuevo entorno económico, la implantación de la SI se presenta como un reto imprescindible para garantizar un desarrollo sostenible a medio plazo y evitar el riesgo de que aparezcan nuevas formas de desigualdad ligadas a un nuevo tipo de analfabetismo tecnológico. El desarrollo de la sociedad de la información requiere, por tanto, de un equilibrio adecuado entre la acumulación de nuevos conocimientos, la inversión en equipos e infraestructuras, y los cambios organizativos compatibles con las condiciones sociales.

De la misma manera, dicha implantación puede contribuir a la equiparación económica y social entre mujeres y hombres por la vía del incremento de las tasas de actividad y de empleo femeninas a través de una serie de procesos de cambio. Estos procesos, en unos casos, son económicos y, en otros, sociales, puesto que la economía de la información no sólo crea puestos de trabajo para las mujeres, sino que asimismo les ofrece herramientas que facilitan su participación social y política, así como la comunicación tanto en el ámbito familiar y profesional como en el más amplio de la denominada “aldea global”.

En este libro se analiza el proceso de cambio que está experimentando la sociedad al inicio del siglo XXI y la incorporación de las mujeres a la actividad económica y a la vida pública, social y política.

En Andalucía existe un germen de mujeres innovadoras, incipiente pero no por ello menos importante, a cuyo desarrollo han contribuido las políticas de igualdad en relación con la innovación, puestas en marcha por el Instituto Andaluz de la Mujer, así como su participación en el seno de distintos proyectos e iniciativas europeas orientadas al mismo fin (NOW, Balance, Telebalance, Equal).

A partir del desarrollo y funcionamiento de este tejido, han surgido en Andalucía experiencias de incorporación de las mujeres a la innovación económica, empresarial y social enormemente positivas, que conviene hacer visibles con el fin de contribuir a cambiar los estereotipos sociales que relegan a la mujer a tareas con poco protagonismo. De esta manera, muchas más mujeres se sentirán estimuladas a incorporarse plenamente a la actividad laboral y empresarial con un carácter innovador.

Las mujeres también empiezan a utilizar las TIC para ayudarse a la hora de equilibrar las responsabilidades profesionales y familiares. Teletrabajo, teleformación, teleservicios y comercio electrónico pueden no sólo contribuir a estimular el empleo femenino asalariado, sino que pueden estimular y afianzar la capacidad emprendedora de las mujeres.

El objetivo último de este estudio es el análisis de la forma, medida, ritmo, condiciones, etc., en que la transición hacia la sociedad de la información en Andalucía incide en la integración social de las mujeres. Ello requiere dar respuesta a preguntas como las siguientes:

- Las TIC y los medios que ofrece la SI, ¿son accesibles para las mujeres?; ¿qué ventajas les ofrecen?; ¿qué dificultades plantean para su utilización?
- ¿Cuáles son los principales usos que hacen las mujeres, tanto en su vida profesional como personal, de las TIC?
- ¿Contribuyen las TIC y la SI a que las mujeres participen en la actividad económica, a que creen empresas y a mejorar su papel social?
- ¿Qué esperan las mujeres de la SI?
- ¿Se adaptan las mujeres mejor que los hombres a los requerimientos de la SI?
- La SI y la utilización de las TIC, ¿facilitan la conciliación de las responsabilidades profesionales y las familiares?
- ¿Cuáles son las líneas estratégicas de futuro que se dibujan en la relación entre mujeres y SI?

Para responder esas preguntas el análisis se ha organizado de la forma siguiente:

1. Hechos acerca de la relación entre las mujeres y la SI:
 - Acceso: modos de acceso, ventajas, barreras
 - Usos: iguales o diferentes de los hombres
2. Tendencias acerca de la relación entre las mujeres y la SI:
 - Potenciación de la actividad femenina: ¿facilita el empleo, la creación de empresas o la formación?
 - Contribución a la armonización trabajo-familia: ¿Es más fácil compaginar con los medios de la SI?
 - Reducción de la discriminación: ¿Contribuye a erradicarla?
3. Actitudes de las mujeres ante la SI:
 - Expectativas: ¿Qué esperan de la SI las mujeres?
 - Empoderamiento: ¿Contribuye al reforzamiento del discurso de las mujeres, a que crean en ellas mismas para emprender e innovar?
4. Opiniones de las mujeres ante la SI:
 - Imagen de las usuarias de Internet: ¿Cómo se ven a sí mismas las mujeres usuarias de Internet?
 - Diferencias de género en el uso de Internet: ¿Las mujeres y los hombres hacen un uso diferente de Internet?

Y hemos planteado estas cuestiones a mujeres que ya están trabajando con las TIC, en plena SI. En definitiva, a las *mujeres innovadoras en la SI*. ¿Quiénes son esas mujeres? Son las que ya utilizan Internet y el correo electrónico para sus tareas profesionales, para estudiar, para crear actividades económicas, artísticas, para realizar labores educativas y de formación. Mujeres que, cada vez más, utilizan Internet y el correo electrónico también como herramienta para realizar determinadas tareas domésticas (compra) y como una forma más de relación con sus hijas/os, familiares, amigas/os. En definitiva, mujeres que aprovechan las posibilidades de la red para aumentar su presencia y protagonismo en todos los ámbitos de la vida pública y privada.

El estudio pretende poner de manifiesto la experiencia de lo que están haciendo las mujeres andaluzas en este campo, sus resultados, las barreras y oportunidades que se detectan, y contribuir a crear modelos positivos que estimulen la inmersión de las mujeres en la SI y el uso de Internet de manera creativa, para que, conscientes del poder de esta nueva herramienta, la pongan al servicio de sus propios intereses tanto individualmente como colectivamente.



1

**La sociedad de la
información desde el punto
de vista de las mujeres**

1. DESCRIPCIÓN DE LA RELACIÓN SI-MUJERES

La calidad de una sociedad, su grado de libertad y democracia, se puede medir por cómo trata a sus mujeres, que pese a constituir la mitad de la población siempre han sido un colectivo desfavorecido. Podemos trasponer esta idea a la sociedad de la información y considerar que su grado de difusión real se reflejará en la forma e intensidad con que las mujeres estén en la SI, qué relación establezcan con las tecnologías de la información, qué uso hagan del ordenador, de Internet y del correo electrónico.

Previamente, es necesario aclarar qué se entiende por *sociedad de la información* (SI). Se puede definir la SI como aquella en la que progresivamente se generaliza el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), de manera que el uso habitual de PC, Internet, teléfono fijo y móvil, televisión interactiva, por parte de la población se lleva a cabo sin ser consciente de ello, es decir, sin que constituya una novedad digna de atención¹.

Desde el punto de vista del ámbito personal de los ciudadanos, la sociedad de la información significa cambios extremadamente importantes: acceso instantáneo a información y servicios (salud, educación, entretenimiento); comunicación en tiempo real; más bienestar y libertad; y un uso del tiempo y el espacio diferentes.

Desde un punto de vista social, se producen cambios que podemos considerar drásticos. En los países desarrollados asistimos a una crisis del modelo laboral de trabajo estable a tiempo completo. El prototipo de obrero industrial que sostiene a su familia porque tiene un empleo fijo y bien pagado, el llamado *breadwinner*, está en proceso de desaparición. Ahora se crean empleos más inestables y el empleo experimenta un doble proceso de feminización: por una parte, porque aumenta el empleo femenino; por otra, porque las condiciones, siempre peores, del empleo femenino tienden a generalizarse, a afectar a todos los empleos.

También están cambiando las tareas, el espacio y el tiempo de trabajo. Por una parte, se ofrece a los trabajadores más autonomía individual y capacidad de decisión. En contrapartida, se les demanda que interpreten instrucciones –en muchos casos, emanadas directamente del ordenador– y que tomen decisiones, al menos hasta un cierto nivel. Se trabaja en equipos compartiendo responsabilidades. Las

1. Así se define en el estudio realizado por el Instituto de Desarrollo Regional, que constituye antecedente y base de este que aquí se presenta: Castaño, C., C. Román, M.J. Guerrero, y R. Ruiz, (2002): *Andalucía ante la sociedad de la información*. CES.

jerarquías se difuminan. Se trabaja a distancia y la relación con el colectivo se establece mediante redes.

El espacio de trabajo se des-localiza (agentes con ordenador, teletrabajo) y en el futuro puede que la oficina se convierta en un espacio que sólo se utiliza para reuniones. Aunque todavía los menos cualificados siguen trabajando en cadena o, a lo peor, son sustituidos por máquinas que llevan incorporadas TIC.

A pesar de la reducción legal de la jornada laboral, el tiempo de trabajo está aumentando. Ya no se trabaja sólo desde la oficina, sino desde cualquier parte (teletrabajo) y en cualquier momento, con el ordenador portátil o doméstico, con el teléfono móvil.

Por todo ello, el comportamiento social se hará más asincrónico, con un ritmo menos fijo y mayor cadencia personal que hoy. Si en la sociedad industrial el horario de la fábrica constituía la base sobre la que se establecía el horario social, en el futuro será extraño que todos vayamos a trabajar, a comprar, a comer o a dormir a la misma hora.

En definitiva, la difusión generalizada de las TIC y del uso de Internet cambia la forma de trabajar y de vivir. Esto abre un caudal de nuevos retos y también nuevas oportunidades para las mujeres. Mujeres más preparadas y con comportamientos laborales similares a los de los hombres (ya no dejan de trabajar al casarse o tener hijos) pueden tener también comportamientos más eficaces o más adaptables a las nuevas condiciones de la SI.

Distintos estudios plantean la hipótesis de que el aumento del empleo femenino en las últimas dos décadas se debe a que las mujeres se adaptan mejor que los hombres a la SI (Castells, 1997, 2001; Castaño *et al*, 1999) porque son mano de obra con más formación (desde el punto de vista del nivel de estudios terminados), más flexible para entrar y salir del mercado de trabajo y más polivalente por sus cualidades humanas y profesionales más variadas. También por su capacidad de pensamiento en red (Fisher, 2000), por su cambio de actitud ante el trabajo y la familia (Carnoy, 2001; Castaño *et al*, 1999). De alguna manera, parece que las TIC les permiten ahorrar tiempo y desarrollar todas sus cualidades.

A partir de ello, la pregunta relevante sería si, en consecuencia, la difusión de la SI puede contribuir a reducir las discriminaciones de género, puesto que la productividad y el crecimiento económico ya no se sustentan en el esfuerzo físico, sino en la cualificación y las cualidades intelectuales y humanas. También hay más transparencia en los mecanismos de acceso y promoción en el empleo. Por

último, la flexibilidad (tanto en sus aspectos más positivos como en los negativos, Carnoy, 2001) y el teletrabajo abren gran campo al empleo y la participación femenina.

Sin embargo, no todas las mujeres están en la SI. Al contrario, todavía son muy pocas las que acceden a esos beneficios potenciales. Esto se debe a varias razones. Por una parte, a que las mujeres presentan tasas de actividad y empleo muy por debajo de las de los hombres. También, a que sus ingresos son más bajos y ello dificulta la adquisición de equipos informáticos y la financiación de las cuotas de acceso a Internet. Lo anterior se ve reforzado por el hecho de que la mayoría de las mujeres trabajan en entornos menos informatizados (educación, salud, servicios sociales) que los de los hombres. También constituye una importante razón la falta de tiempo, como consecuencia de la doble jornada (trabajo remunerado/trabajo doméstico y de cuidados). Por último, sin duda influyen los prejuicios de las mujeres ante los estudios y las profesiones técnicas, que con frecuencia derivan en rechazo de las mismas por tratarse de entornos masculinos en los que las mujeres son peor consideradas. La realidad es que los “roles” técnicos son masculinos y ello influye en que un artículo o un libro se valoren más si los ha escrito un hombre que si lo ha hecho una mujer².

El problema es que Internet es una red creada por hombres y todavía refleja los intereses de ellos. Los hombres llegaron primero y crearon el lenguaje (expresiones como *kill* o *abort*) y los contenidos (deportes, juegos, pornografía etc.). Muchos de esos contenidos no interesan a las mujeres, o al menos no tanto como a los hombres. Y cuando se ha intentado ofrecer contenidos femeninos se ha recurrido a los viejos tópicos de cocina, moda, hijos, belleza, horóscopo, que en realidad son consultados por menos del 20% de las usuarias de Internet. Esto significa que muchos de los contenidos femeninos que se ofrecen en realidad no contribuyen a feminizar la red con arreglo a las necesidades reales y las aspiraciones de las mujeres, sino que se limitan a perpetuar los peores estereotipos sociales acerca de la identidad femenina.

Para estimular la participación de las mujeres en la SI, y especialmente en Internet, es importante que las mujeres se hagan conscientes de las ventajas que les puede reportar la utilización de la red, de Internet y el correo electrónico, tanto en su vida profesional como en su vida privada. Esto sólo se puede llevar a cabo por la vía de hacer visibles las experiencias positivas de las mujeres que los utilizan efectivamente, para compartirlas y extenderlas, para que sirvan de estímulo a las mujeres que no están y para aprender cómo estimularlas a entrar en la SI.

2. Hoai-Ann Truong: *Gender Issues in Online Communications*, CPRS, News Letter, Sept. 1999.

1.1. CONCEPTO DE SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

El concepto de sociedad de la información (SI) se refiere a un nuevo sistema económico y social basado en el acceso y uso masivo de la información. En dicho sistema, el conocimiento y la información son las principales fuerzas productivas, como la tierra lo fue para las sociedades agrarias y la energía para las sociedades industriales. Conocimiento e información se convierten en la fuente preferente de aumento de la productividad gracias al desarrollo de las TIC que, en los últimos 30 años, vienen ofreciendo de forma casi ininterrumpida innovaciones que transforman radicalmente los procesos productivos, los productos, los empleos, las tareas de trabajo, la educación, la salud, la vida cotidiana y, así mismo, la política.

La SI es consecuencia y causa, al mismo tiempo, del desarrollo de un nuevo modo de producción, que se denomina *nueva economía* (economía de la información, economía digital, economía de Internet, etc.). La sociedad de la información no es sino el reflejo superestructural del cambio estructural que implica la nueva economía, como desarrollo de nuevas fuerzas productivas y nuevas relaciones de producción.

En el plano de la producción, en la nueva economía cada vez más actividades:

- Se organizan a escala planetaria;
- en redes de unidades de negocio conectadas entre sí dentro y fuera de la empresa;
- en el curso de procesos de toma de decisiones que ocurren en tiempo real; y
- utilizan Internet como vehículo principal para la conexión de personas dentro de cada empresa (P2P), para la conexión entre empresas diferentes (B2B), o para la de éstas con los consumidores (B2C).

En la base de todo este sistema se ha de contar con dos pilares fundamentales:

- Sin Internet no sería posible funcionar en red y controlar procesos de producción y mercados de tamaño planetario.
- Asimismo, no es suficiente disponer de una infraestructura tecnológica altamente desarrollada, sino que también se necesita una ingente cantidad de capital humano –y de capital social– de gran calidad.

Con el fin de clarificar y ordenar un fenómeno tan complejo, en la **figura 1.1.** se organizan los diferentes estratos de la SI siguiendo un esquema de Infraestructura, Estructura Económica y Superestructura.

1. La **Infraestructura** de la sociedad de la información es su base material. Las nuevas fuerzas productivas son el conocimiento y la información; los medios de

producción son las tecnologías de la información y la comunicación, que se encuentran en un proceso de transformación interna que reduce la importancia relativa del ordenador y enfatiza la de las tecnologías de red. Internet, más que una nueva tecnología, es la fábrica de la nueva economía (Castells, 2000) y de la sociedad de la información.

2. La **Estructura económica**, las relaciones que se establecen en torno a la producción, y también al consumo, la distribución del valor añadido y los procesos de inversión, presentan una configuración nueva. La información relevante para la producción y los mercados transcurre desde abajo hacia arriba y se difunde en red, en lugar de seguir la tradicional secuencia desde arriba hacia abajo. Se recibe información de las preferencias de los consumidores desde todos los puntos de venta y se transmiten órdenes de producción para que el producto esté en el mercado a los pocos días. Internet también está haciendo cambiar profundamente las relaciones entre compradores y vendedores, reduciendo radicalmente los costes de transacción y facilitando nuevos tipos de interacción. El comercio electrónico será la infraestructura técnica y de servicios de las transacciones comerciales en las sociedades del conocimiento del siglo XXI.

Desde el punto de vista organizativo, la especialización flexible sustituye a la producción de masa estandarizada. El nuevo modelo de estructura y funcionamiento de las empresas es la empresa red, integrada por unidades de distintos tamaños y con distintas vinculaciones con el núcleo central. Lo que cambia no es el tamaño de la empresa –son multinacionales cada vez más grandes–, sino la mentalidad.

Aumentan los requerimientos de cualificación para la mayoría de los empleos, pero esto no impide que la mayoría de los puestos de trabajo sean, todavía, de escasa cualificación. También aumentan los empleos de servicios a empresas y servicios personales, mientras que se reducen los industriales. En conjunto, se produce una polarización del empleo porque aumentan los extremos alto y bajo de la estructura ocupacional.

Desde el punto de vista del trabajo asistimos a cambios profundos. Las relaciones laborales se individualizan y diversifican. El modelo laboral de trabajo estable a tiempo completo y carrera profesional se sustituye progresivamente por el trabajo flexible, que implica múltiples formas de relación laboral por las que los trabajadores van rotando a lo largo de toda su vida laboral. Las relaciones laborales cada vez se rigen menos por acuerdos colectivos, que son sustituidos progresivamente por contratos que establecen condiciones de trabajo y salarios individuales para cada trabajador, constituyendo uno de los aspectos más importantes, y con menos frecuencia mencionado, de la flexibilidad laboral. También empiezan a cambiar las tareas, el espacio y el tiempo de trabajo.

Figura 1.1. LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

INFRAESTRUCTURA

Nueva fase de desarrollo de las fuerzas productivas: la información como fuente de la productividad

- **Informacionalismo**
 1. Materia prima: información
 2. Tecnologías: TIC
 - **Internet**
 1. Organización: Internet
 2. Gestión: redes flexibles
 - **Acceso masivo a todo tipo de información en tiempo real**
 1. Resultado: más información
 2. Objetivo: desarrollo tecnológico
-

ESTRUCTURA ECONÓMICA MERCADOS

- **Mercados**
 1. Globalización: producción, distribución, mercados financieros. Comercio-e. Turismo
 - **Empresas**
 1. Empresa red. Empresas “en Internet” (Ej: Inditex)
 2. La especialización flexible sustituye a la producción en masa estandarizada
 3. Lo importante no es el tamaño de la empresa, sino la mentalidad
 - **Empleo-Trabajo**
 1. Aumentan los requerimientos de cualificación y los empleos de servicios a empresas y servicios personales. Se reduce el empleo industrial. Polarización
 2. Las relaciones de empleo y las condiciones de trabajo se individualizan
 3. Flexi-trabajo. Cambia el espacio y el tiempo de trabajo
-

SUPERESTRUCTURA

Sociedad de la información

- **Estado**
 1. Nuevo papel del Estado: competitividad por la vía de la desregulación, liberalización, privatización, impulso TIC
 2. La política se desarrolla en los medios de comunicación
 3. El Estado del Bienestar es más necesario que nunca
 - **Instituciones y Relaciones Sociales**
 1. Educación en la era de Internet. Formación permanente. De la enseñanza al aprendizaje.
 2. Salud y medicina con TIC. Telemedicina
 3. Cambios en la protección de los derechos individuales
 4. Familia, relaciones de género y nuevas formas de relación social en Internet
 5. Exclusión y marginación. Los que no acceden a la información son excluidos
 - **Medios de Comunicación**

Cultura: Los contenidos en los medios y en Internet
-

Fuente: Cecilia Castaño: *Las transformaciones del trabajo*, 2001.

3. Superestructura. La expansión del informacionalismo coincide con el cambio en las funciones y el papel económico del Estado. En la sociedad de la información ya no se pretende alcanzar el bienestar de los ciudadanos por la vía del crecimiento económico y la redistribución, sino por la vía de la competitividad. La presencia económica del Estado aparentemente se reduce con políticas de desregulación, liberalización, privatizaciones. La única política industrial será la de impulso a los sectores TIC.

Otro de los cambios más importantes es que el debate político se escenifica en los medios de comunicación, prensa escrita, televisión y encuestas de opinión. Cada vez más, los políticos establecen contacto y debaten con los ciudadanos a través de Internet.

Sin embargo, en la SI el Estado del Bienestar es más necesario que nunca. Las diferencias sociales, educativas y culturales, y la marginación se contraponen a las oportunidades existentes.

Se acentúa el desarrollo desigual y las desigualdades en general. Los pobres del mundo han mejorado en términos absolutos, pero han empeorado en términos relativos. Las diferencias y desigualdades aumentan porque en la era de la información la educación se erige en línea divisoria de acceso y son muchos los excluidos de las TIC y de la información. Esta *Divisoria Digital* (OCDE, 2001) refleja la brecha entre individuos, hogares, empresas y áreas geográficas de diferentes niveles socioeconómicos en relación con sus oportunidades de acceso a las TIC y a Internet en función de la renta, del nivel educativo, de la edad, sexo, raza, tipo de hogar y bagaje cultural. Los que no acceden a la información, quedan también fuera del sistema y en muchos casos se orientan hacia el fundamentalismo, reafirmando sus identidades religiosas, culturales, nacionales y locales.

Por eso, como se mencionaba anteriormente, aunque el Estado del Bienestar se reduzca, es más necesario que nunca. Algunos aspectos esenciales de la calidad de vida de los ciudadanos pueden mejorar considerablemente con la utilización de las TIC.

En educación, por ejemplo, el aumento generalizado de los requerimientos de cualificación significa que la educación y la formación ya no terminan cuando se abandona la escuela, limitadas a un periodo concreto en la vida de las personas, sino que se ha de aprender a lo largo de toda la vida. Por otra parte, la disponibilidad de nuevos medios (PC, Internet, CD-Rom, video digital) contribuye al cambio del paradigma de la educación desde el énfasis en la enseñanza (el profesor es quien tiene el conocimiento) al énfasis en el aprendizaje (el alumno-usuario puede

tener un plan de aprendizaje personal para adaptar el conocimiento y la formación a su propio ritmo y estilo). La distancia ya no es un problema para la educación, el aprendizaje, la consulta de libros, documentos y materiales científicos, gracias a las redes de comunicación de alta velocidad. Pero los costes de aplicación de las TIC a la educación en escuelas, lugares de trabajo y hogares son todavía elevados y, por tanto, el número de los beneficiados es pequeño.

La atención a la salud también puede mejorar considerablemente (Mansell and Wenh, 1998, pp. 85-86). La distancia entre profesionales, o entre médico y paciente es menos problemática que anteriormente. La telemedicina (cuidados médicos sin contacto persona-persona, en la casa del paciente, en lugares aislados o en emergencias) y la telerradiología permiten mejorar el diagnóstico y tratamiento. La Web se usa para educación de trabajadores de salud, para contrarrestar su aislamiento en lugares lejanos.

Las personas con necesidades especiales (discapacitados y mayores) ven aumentar sus oportunidades de una vida independiente, ya que nuevos medios basados en las TIC les ofrecen más autonomía y mejoran su integración social. Esto es especialmente importante en relación con la movilidad y comunicación interpersonal (ciegos, sordos, mudos, etc.) y las posibilidades de aprendizaje informal.

Las Administraciones Públicas pueden racionalizar su funcionamiento y ahorrar costes utilizando las TIC para lo que constituye la parte más voluminosa de su tarea cotidiana: manejar información. También ejercen sus funciones de servicio al ciudadano de manera creciente a través de los nuevos medios (Internet, correo electrónico) y ello posibilita mejorar el contacto y la atención al ciudadano.

Desde el punto de vista legal, aparecen nuevos problemas de propiedad social o individual de la información, de alienabilidad. El concepto de seguridad jurídica es diferente cuando la producción tiene lugar en la red y los contratos se firman por Internet. La existencia de enormes bancos de datos que recogen todas y cada una de las actividades de los ciudadanos (comprar, comer, ocio, cuentas bancarias, etc.) también abre interrogantes acerca de la pérdida de la intimidad y privacidad de los individuos.

La familia, como institución básica de estructuración de la vida social, también experimenta cambios profundos. Se redefinen las relaciones entre los hombres y las mujeres, y entre los adultos y los niños, y emergen nuevas formas de familia y de relación familiar. Contrariamente a las expectativas de que la utilización de las TIC conduciría a un mayor aislamiento social de los individuos, estudios recientes (The Pew Internet & American Life Project, 2000) ponen de manifiesto que

cada vez más el correo electrónico –que parcialmente sustituye y mejora las prestaciones del teléfono– se utiliza para mantener y reforzar lazos entre amigos y familiares alejados físicamente. Las familias crean sus propias páginas Web para exponer fotos familiares, historias, documentos y fotos de sus antepasados, dibujos de los niños, cuentos, poesías o recetas de cocina.

Los contenidos informativos y de entretenimiento a los que se accede en los medios de comunicación y en Internet configuran nuevas formas de experiencia virtual y de ciberexperiencia, que se añaden a las realmente vividas, se mezclan con ellas y contribuyen a crear y sustentar la cultura y la ideología de los individuos con cierta independencia de sus condiciones reales de vida. Sin embargo, no sólo es relevante la posibilidad de acceso masivo a todo tipo de información en tiempo real, sino que el uso que de ella se hace en gran medida vendrá determinado por el nivel de educación y formación previo, así como por la capacidad de asimilación positiva de esos contenidos por parte de la población.

En síntesis, la SI constituye un **nuevo paradigma social** basado en el uso generalizado, intensivo y extensivo, de las TIC. Es un concepto más amplio que los de nueva economía, economía de Internet o economía digital, ya que no sólo posee dimensiones económicas, sino también sociales, políticas y culturales.

Nuestro concepto de la SI es un **concepto dinámico**, como **proceso de cambio** y desarrollo social. Por ello se considera la SI como **objetivo a alcanzar**. En este proceso predomina la idea de **esfuerzo** en la provisión de recursos afectados a la SI. De ahí la necesidad de considerar tres dimensiones: las **infraestructuras**, que permitan acceder a la SI; creación de **capital humano**, ya que sin conocimiento no es posible extraer partido de las TIC y de la SI; y el **capital social**, porque la capacidad de movilización de una sociedad a través de sus instituciones y organizaciones determina en qué medida es permeable a los beneficios potenciales de la SI.

En este proceso de cambio, que pretende alcanzar un objetivo realizando un esfuerzo a ello orientado, **las mujeres constituyen uno de los colectivos prioritarios a los que dedicar ese esfuerzo** por dos motivos bien diferentes. Por una parte, porque como colectivo discriminado en lo político, lo económico y lo social, encuentran más barreras de acceso a la SI que los varones. Por otra, porque, como todos los grupos discriminados, pueden encontrar en el uso de Internet una herramienta que les permita contrarrestar, al menos parcialmente, muchas de las causas de la discriminación. Por ello la difusión de la SI y el uso de Internet, pueden convertirse en fuente de fortaleza y de defensa de sus derechos. Además, las mujeres poseen cualidades propias, generadas en su experiencia histórica y biológica, que parecen adaptarse de forma adecuada a los nuevos requerimientos de la SI.

1.2. ¿POR QUÉ LAS MUJERES SE RELACIONAN CON LA SI DE MANERA DISTINTA QUE LOS HOMBRES?

La relación de las mujeres con la SI es una relación diferente a la de los hombres, debido a que también lo es su posición en la sociedad y en la actividad económica. Las mujeres participan en las actividades productivas remuneradas en menor medida que los hombres, mientras que son las responsables, casi de forma exclusiva, de las tareas de producción doméstica no remunerada, cuidados y educación de los miembros de la familia, restringiendo su ámbito de participación a la vida privada en mayor medida que los hombres, que se proyectan preferentemente a la vida pública. Sin embargo, estas diferencias en la participación de uno y otro sexo en los diferentes ámbitos de la vida no han sido siempre las mismas, sino que han evolucionado en paralelo con los cambios económicos y con las necesidades sociales.

Si nos limitamos a considerar el siglo XX, en su transcurso hemos pasado de la sociedad industrial (acceso masivo a bienes producidos por otros), a la sociedad postindustrial (acceso masivo a servicios producidos por otros), y de ésta a la sociedad de la información (acceso masivo a la información generada por otros con carácter ilimitado) (Telefónica, 2000). Cada una de estas etapas corresponde a una forma distinta de relación de las mujeres con el conjunto del sistema económico y social.

En la sociedad industrial se excluía a las mujeres de la escena productiva y por ello eran también apartadas del poder económico, social y político. La sociedad postindustrial, con el desarrollo masivo de los servicios, recupera a las mujeres para la actividad productiva, pero se mantiene con firmeza el predominio económico y político de los hombres.

Procede ahora analizar si el proceso de cambio que está experimentando la sociedad en que vivimos al inicio del siglo XXI, la sociedad de la información, afecta a las mujeres de forma positiva o negativa. Especialmente, si favorece o dificulta la superación de las desigualdades de género; y cuál es su contribución a la plena incorporación de las mujeres a la actividad económica y a la vida pública, social y política.

Esta relación de la SI con las mujeres ha sido considerada de diferente forma por parte de distintos autores.

Por ejemplo, Gillian Marcelle (2000) advierte que las TIC y la SI constituyen entornos intensivos en tecnología que requieren cualificaciones y saberes especializados, históricamente dominados por hombres y asociados con cambios

tecnológicos rápidos y estructuras fragmentadas de toma de decisiones. Por ello, esta experta de las Naciones Unidas considera que:

1. La difusión de las TIC no es neutral respecto al género porque las organizaciones e instituciones están impregnadas de relaciones de género. En las empresas TIC ciertas categorías y cualificaciones cruciales son masculinas. Hay un sesgo de género que limita el acceso de las mujeres a la formación y la experiencia. En consecuencia, hay pocas mujeres en puestos de poder. Las ingenieras son relegadas a puestos de menos nivel (menos autoridad y estatus) que sus colegas masculinos.
2. El “empleo flexible” no favorece a las mujeres: aumenta la inseguridad en el empleo y reduce las ganancias. Donde no hay negociación colectiva, la negociación individual las perjudica (se considera que tienen menos necesidades económicas que los hombres).
3. Tampoco hay efectos homogéneos sobre las mujeres con independencia de la clase social, género y raza. Incluso se abre una brecha cada vez mayor entre las mujeres que tienen las competencias, las cualificaciones y recursos para beneficiarse y las que no los tienen. En el caso de las mujeres, las más cualificadas han mejorado su renta y trabajo. Pero hay un grupo mucho más grande de mujeres que encuentra barreras para participar efectivamente en esta economía.
4. Los mercados de TIC conllevan sesgos de género. La participación femenina en el consumo de TIC es menor porque muchas mujeres carecen de infraestructura de acceso o les falta la cualificación para manejarlas. El mercado es incapaz de llevar el teléfono a comunidades rurales, donde el 70% son mujeres. Falta de renta, de tiempo, y de formación, hacen que millones de mujeres no se beneficien de sus efectos positivos.

Sin embargo, Marcelle reconoce que, a pesar del sesgo de género y la brecha económica, las TIC ofrecen oportunidades a las mujeres para la expansión de sus proyectos económicos y para un cambio social, político y cultural positivo. Por ejemplo, hay valores culturales asociados a la producción y consumo de TIC que pueden alterar los estereotipos de género y contribuir a cambiar las relaciones entre hombres y mujeres. Esto puede crear identidades nuevas a las mujeres. El mensaje que se difunde a través de los medios de Internet puede contribuir a reforzar la autoestima de las mujeres.

Para Manuel Castells (1997, Vol. II, Cap. 4), en la SI las mujeres aumentan y mejoran su presencia económica y social. Estamos asistiendo a un proceso de entrada masiva de mujeres en la mano de obra remunerada debido, por una parte, a la informacionalización y la globalización de la economía. Por otra, a la segmentación de géneros del mercado laboral, que aprovecha las condiciones sociales

específicas de las mujeres para incrementar la productividad. Aumenta el empleo de servicios especialmente los servicios a empresas y los servicios sociales. Esto converge con el aumento del empleo femenino en los años 90.

Por tanto, para este autor, existe correlación entre la expansión de los servicios vinculados a la informacionalización de la economía y la expansión del empleo femenino. Lo mismo ocurre por ocupaciones: las categorías profesionales /técnicos y administrativa /ejecutiva aumentan más aprisa que el resto, aunque las trabajadoras de oficina sigan siendo el grupo más numeroso. En los servicios las mujeres no se ven relegadas a los puestos menos cualificados, sino que se las emplea en toda la estructura de cualificaciones, y aumentan más en el extremo superior. Ahí radica la discriminación: realizan trabajos de cualificación similar a los hombres con un salario más bajo, en condiciones más inseguras y con menos posibilidades de hacer carrera hasta el nivel máximo.

En consecuencia, para Castells, el aumento del empleo femenino y el cambio en la posición económica y social de las mujeres se fundamentan en lo siguiente:

1. La generación de empleo ha coincidido con el aumento de la tasa de actividad femenina y la reducción de la masculina, con independencia de la fase del ciclo.
2. Si se emplea a más mujeres, aunque haya hombres parados, se debe a la posibilidad de pagar menos por un trabajo similar. Con la expansión de la educación universal, incluida la universitaria, las mujeres han formado una bolsa de cualificación que aprovechan los empresarios. Una buena muestra de ello es que las diferencias salariales de género persisten, mientras que se reducen las diferencias ocupacionales.
3. Las mujeres no están experimentando un proceso de descualificación y tampoco se puede afirmar, con carácter general, que se las confine a los puestos peores. Al contrario, se las coloca en puestos que requieren preparación amplia, iniciativa y educación, a medida que las TIC requieren mano de obra autónoma, adaptable y con capacidad de reprogramar sus tareas (por ejemplo, en seguros, banca, etc.) y con buena capacidad de comunicación. La división sexual del trabajo se extiende fuera del hogar. La nueva economía requiere cada vez más las destrezas que estaban confinadas al ámbito privado de las relaciones para llevarlas a la primera línea de la gestión, el procesamiento de información y la gente.
4. Pero lo más importante de todo es la flexibilidad de las mujeres como trabajadoras: la mayoría del empleo es a tiempo parcial y temporal, y una proporción aún pequeña, pero creciente, del empleo es autónomo. Son flexibles en horario, tiempo y entrada y salida del mercado laboral. La flexibilidad laboral se ajusta a las estrategias de supervivencia para ocuparse a la vez de

dos mundos: el trabajo y el hogar. El tipo de trabajador de la economía informacional encaja con los intereses de las mujeres en condiciones de poca colaboración de los maridos.

Estas conclusiones de Castells fueron corroboradas para el caso español en otras investigaciones (Castaño *et al*, 1998 y 1999) que ponían de manifiesto, además, que la difusión de las TIC contribuye a mejorar la posición de las mujeres desde el punto de vista de la discriminación horizontal –aumento de la presencia femenina en todas las ramas productivas-, mientras que se mantiene, e incluso se agrava, la discriminación vertical. Es decir, el acceso masivo de las mujeres al empleo se difunde por el conjunto de la estructura productiva, pero las mujeres y los hombres continúan accediendo a ocupaciones distintas.

Estas investigaciones (Castaño *et al*, 1999) aportan otras razones también de carácter tecnológico y organizativo, así como relacionadas con las instituciones y los usos sociales, por las que el sistema de las tecnologías de la información parece abrir nuevas posibilidades a favor del empleo femenino:

1. La automatización flexible favorece la incorporación de mujeres a puestos tradicionalmente reservados para hombres. Ello es especialmente importante para las mujeres sin estudios, que han de optar a puestos de manipulación manual.
2. El aumento de las tareas y puestos de trabajo indirectos (lugar laboral tradicional de las mujeres) y la reducción de los directos (lugar de los hombres) también favorecen su incorporación masiva en pie de igualdad a cada vez más sectores y actividades.
3. El aumento de los requerimientos de cualificación favorece el empleo de las mujeres con más formación. Las TIC requieren mano de obra autónoma, adaptable y con capacidad de reprogramar sus tareas (seguros, banca, etc.).
4. Lo mismo ocurre con la exigencia de una buena capacidad de comunicación en una economía informacional donde “(...) la administración de las cosas queda en segundo plano frente a la gestión de la gente” (Castells, 1997, Vol. II, Cap. 4).
5. Los horarios flexibles, así como el trabajo desde el hogar, pueden facilitar la combinación de empleo, estudios y otras actividades que favorezcan la plena integración social de las mujeres.
6. Estas acrecentadas posibilidades de participación laboral se ven reforzadas con la emergencia de la empresa red. Castells (2001, pp. 16) nos recuerda que las redes han estado históricamente circunscritas al entorno de la vida privada, al ámbito femenino, mientras que las jerarquías centralizadas eran el feudo del poder y la producción, lo público, el ámbito masculino. Las TIC e Internet hacen posible que las redes, tradicionalmente restringidas al mundo femenino, se apliquen a la producción para gestionar la complejidad creciente de la misma.

Probablemente, lo más importante de todo este nuevo sistema tecnológico y organizativo, desde la perspectiva de las mujeres, es que se abre paso una nueva cultura de las relaciones entre empresa y trabajador en la que priman valores no autoritarios, que facilitan el reconocimiento de las cualidades individuales de cada persona, de su responsabilidad y aportación a la productividad, a la calidad del producto y del entorno de trabajo con independencia del sexo.

Ese cambio se puede representar como una progresiva sustitución de los valores que en el *homo economicus* –hoy en el “Hombre de Davos” (Benería, 1999)– se identifican con lo masculino, basados en el individualismo y el egoísmo. Frente a ellos adquieren cada vez más importancia valores femeninos de solidaridad y empatía. El cambio en los principios que inspiran la gestión de las empresas desde el punto de vista de las relaciones con los trabajadores se puede resumir en responsabilidad frente a disciplina; comunicación frente a información; participación frente a acatamiento; formación frente a adiestramiento; relación frente a jerarquía.

La antropóloga Helen Fisher (2000) insiste en esta misma línea resaltando que las mujeres, desde la infancia, establecen (pp. 57) “conexiones laterales frente a orden jerárquico; cooperación frente a competición; interacción y deseo de compartir frente a oposición e independencia” y se adaptan extraordinariamente al nuevo entorno de la empresa “no jerárquica” como paradigma de la empresa virtual (pp. 80 y siguientes). Estas empresas tienden hacia la descentralización, las estructuras empresariales más planas, la acción en equipo y la flexibilidad, sistemas de control laxo y poder difuso, centros de decisión plurales. Toda esta forma de llevar las empresas favorecería el estilo de funcionar de las mujeres. La toma de decisiones se basa en el consenso, en compartir información, la tolerancia con la ambigüedad y la inclusión.

También insiste Fisher (pp. 191), citando a Indira Gandhi, en que “antes ser líder significaba tener buenos músculos; pero hoy significa llevarse bien con la gente”. Y subraya, parafraseando a Peter Drucker, que en la economía del conocimiento “los trabajadores capacitados no se adaptan bien a los métodos de mando y control del pasado”. En ese sentido, hay más mujeres que hombres que abandonan la escala ejecutiva de las grandes empresas para crear sus propios negocios, con una tasa de éxito superior a la media.

Para las mujeres, en definitiva, la SI significa la emergencia de oportunidades anteriormente inexistentes que pueden contribuir a situarlas en esferas de la actividad económica, política y social antes inalcanzables, así como dotarlas de herramientas en red muy adaptadas a la forma tradicional de trabajar y relacionarse de las mujeres.

2. DESCRIPCIÓN DE LOS CAMBIOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y DEL EMPLEO EN LA SI Y SUS EFECTOS SOBRE LA VIDA Y LA CONCIENCIA DE LAS MUJERES

En el siglo XX las mujeres experimentaron tres grandes avances, dieron tres grandes pasos, en el camino de su equiparación social y económica con los hombres –aunque esos avances en nuestro país se han llevado a cabo con retraso con respecto al resto de Europa–:

1. En primer lugar, el acceso a la educación –que en España ha sido un proceso más tardío que en Europa, acelerado en la segunda mitad del siglo XX–. La educación es el factor más importante a la hora de liberar a las mujeres de la opresión social, familiar y religiosa. Contribuye de forma más efectiva incluso que el derecho al voto, porque el conocimiento y la información hacen que las mujeres se sientan más libres, autónomas e independientes. También la sociedad se beneficia de la educación femenina porque cuando las mujeres tienen más formación cuidan mejor de sus familias.
2. En segundo lugar, la mejora de la salud –en España también acelerado en la segunda mitad del siglo XX–. Los avances de la medicina, la farmacia y la higiene pública han reducido considerablemente la mortalidad infantil y las muertes (madre y/o hijo) durante el parto. Esto ha hecho posible que las mujeres consigan el número de hijos deseado con menos embarazos y partos. A su vez, ello ha permitido que desarrollen otros aspectos de su vida social más allá de la maternidad.
3. De los dos avances anteriores se ha seguido la tercera transformación, la incorporación femenina masiva al empleo remunerado –que en Europa empieza tras la Segunda Guerra Mundial y en España sobre todo a partir de la Transición Democrática–. Las mujeres trabajaban en la agricultura y como ayudas familiares, pero la industria sólo contaba con ellas para los trabajos peores, los que los hombres no querían. La eliminación de barreras legales al trabajo femenino, el desarrollo de los servicios y del sector público, unido a la insistencia y las necesidades de las mujeres, más educadas y con menos hijos, ha generado un proceso imparable de incorporación a la actividad económica, a pesar de las dificultades que persisten.

Pero hoy, acabado un siglo y en los primeros años del siguiente, estamos inmersos en una nueva sociedad y economía del conocimiento que de nuevo hace cambiar considerablemente el trabajo, el empleo y la vida cotidiana. Entre estos cambios, se aprecian signos bastante claros de que la sociedad y la economía de hoy recuperan la inteligencia productiva de las mujeres, sus cualidades y su capacidad de trabajo.

¿Cómo afectan a las mujeres la economía y la sociedad de hoy? En la **figura 1.2.** resumimos esos cambios adaptados y en paralelo con la definición de la SI contenida en la **figura 1.1.**

La sociedad de la información se caracteriza, como se ha expuesto anteriormente, por lo siguiente:

1. Una revolución tecnológica informacional: lo esencial es el conocimiento y la información. Lo importante es el cerebro y no el músculo. Aquí las mujeres tienen tantas posibilidades como los hombres. O más, si seguimos a Helen Fisher cuando defiende que la inteligencia femenina, habituada al pensamiento en red, está mejor preparada que la masculina para la nueva economía actual. La base son las tecnologías de la información y la organización es Internet, que es la fábrica de la nueva economía. Sin Internet no sería posible funcionar en red y controlar procesos de producción y mercados de tamaño planetario. Pero Internet también sirve para crear redes para la defensa de los derechos, por ejemplo de las mujeres.
2. Es una economía globalizada que funciona en tiempo real, en la que la producción de bienes y servicios está organizada a nivel planetario. El nuevo modelo de empresa es la empresa en red. La estructura de la empresa se hace más plana, más versátil, flexible y adaptable. Y las mujeres se adaptan mejor, incluso viven mejor, en este tipo de empresas que en las más tradicionales de jerarquía piramidal y canales de información y comunicación rígidos.
3. La sociedad de la información encuentra sus mejores aliadas en las mujeres, cuya conciencia y comportamiento han experimentado cambios intensos tanto desde el punto de vista demográfico como desde el laboral y el emocional, que permiten superar muchos de los condicionantes que sustentaban el papel tradicional de las mujeres.

Figura 1.2. La sociedad de la información, Internet y las mujeres

Sociedad de la información e Internet	Experiencia de las mujeres
<p>INFRAESTRUCTURA Información y conocimiento como fuentes de la productividad</p> <p>INFORMACIONALISMO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Materia prima: Información y conocimiento 2. Tecnologías: TIC 3. Organización: Internet 4. Gestión: Redes flexibles 5. Resultado: Más información 6. Objetivo: Productividad y competitividad 	<p>INTERNET: Acceso masivo, bajo coste a todo tipo de información en tiempo real</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las mujeres hacen uso pragmático de Internet: (correo electrónico; información eficaz) - Por Internet, millones de mujeres reciben información, asesoramiento, créditos, ayudas; venden sus productos; se comunican, organizan y movilizan en defensa de sus derechos - Internet contribuye a compensar el aislamiento de mujeres que viven en lugares remotos - Los portales y redes femeninas acrecientan su experiencia y confianza en la defensa de sus derechos; contribuyen al empoderamiento femenino creando un sentimiento de comunidad
<p>ESTRUCTURA ECONÓMICA</p> <p>MERCADOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Globalización de la producción y los mercados financieros. Comercio-e <p>EMPRESAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Empresa red. Empresas "en Internet" (Ej.: Inditex) 2. La especialización flexible sustituye a la producción de masa 3. Lo importante no es el tamaño de la empresa, sino la mentalidad <p>EMPLEO-TRABAJO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentan requerimientos de cualificación, empleos de Servicios a Empresas y Servicios Personales. Se reduce el empleo industrial. Polarización 2. Relaciones de empleo y condiciones de trabajo se individualizan 3. Flexi-trabajo. Cambian el espacio y el tiempo de trabajo 	<p>FEMINIZACIÓN DEL MERCADO DE TRABAJO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Transformaciones estructurales y del empleo favorecen a las mujeres: <ul style="list-style-type: none"> → Aumentan empleos indirectos (femeninos) y se reducen directos (masculinos) → Aumentan empleos de servicios (femeninos) y se reducen industriales (masculinos) 2. Requerimientos cualificación favorecen a personas con estudios y limitan discriminación de género 3. Innovaciones reducen esfuerzo físico y facilitan acceso a actividades consideradas masculinas 4. Feminización de ramas: aumenta demanda de educación, formación y servicios a empresas, áreas de empleo femenino 5. Feminización de ocupaciones: profesionales, cualificados servicios sociales y asistenciales <p>POLARIZACIÓN Y DETERIORO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Polarización de la mano de obra femenina 2. Deterioro (feminización) de las condiciones de trabajo
<p>SUPERESTRUCTURA: Sociedad de Información</p> <p>INSTITUCIONES Y RELACIONES SOCIALES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cambios derechos individuales 2. Nuevas formas de familia y relaciones de género 3. Relaciones sociales en Internet 4. Exclusión y marginación de los que no acceden a información 5. Educación con Internet. De enseñanza a aprendizaje permanente 6. Salud y medicina con TIC. Telemedicina <p>MEDIOS DE COMUNICACIÓN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La política se juega en los medios de comunicación 2. La experiencia virtual se combina con la experiencia real <p>ESTADO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Competitividad por desregulación, liberalización, privatización 2. Reducción Estado del Bienestar 	<p>NUEVA CONCIENCIA DE LAS MUJERES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cambia comportamiento femenino: reducción del número hijos por mejoras en educación y salud <ul style="list-style-type: none"> → La maternidad es un periodo corto en la vida de las mujeres → LAS MUJERES PUEDEN Y QUIEREN UN EMPLEO 2. La autonomía económica de las mujeres favorece su autonomía emocional <ul style="list-style-type: none"> → Retraso del matrimonio y la maternidad. Reducción de la fecundidad → Demanda de democratización de la familia. Nuevas formas de familia → CRISIS DE LA FAMILIA PATRIARCAL 3. Cambia el hogar: ya no es un lugar de producción, sino de cuidados. El trabajo doméstico no pagado ya no puede proveer las necesidades de la familia (ordenadores, Internet; electrodomésticos, coche, teléfono, TV; educación y medicina avanzada) <ul style="list-style-type: none"> → EL EMPLEO DE LA MUJER NO ES SÓLO UN DESEO, SINO UNA NECESIDAD → EL PAPEL TRADICIONAL DE LA MUJER PIERDE CONTENIDO

Fuente: Cecilia Castaño: "Economía y Sociedad en el siglo XXI. Un nuevo espacio para las mujeres". Conferencia impartida en la Jornada sobre Participación de las Mujeres en los Cambios Económicos y Sociales, CES de Barcelona, 17 de octubre de 2000.

2.1. INTERNET Y LA EXPERIENCIA DE LAS MUJERES

El cambio fundamental es Internet, el Ciberespacio, que abre múltiples y diversas oportunidades de interacción, desde el nivel local más próximo al nivel planetario. En esta “comunidad virtual” electrónica, millones de personas, entre ellas cada vez más mujeres, comparten ideas, información, se organizan y movilizan en una escala y a una velocidad desconocida.

Internet, que empezó como una vía de comunicación entre científicos e ingenieros para la defensa militar, se ha convertido en una herramienta de difusión de información que se utiliza para defender derechos, entre otros, los de las mujeres. En los países desarrollados, las mujeres todavía participan en menor medida que los hombres en Internet, y utilizan más el correo electrónico. Sin embargo, la participación se iguala con rapidez porque son el segmento de usuarios que más crece (35%). En Estados Unidos ya superan o igualan (50,4%) a los hombres (49,6%). En España han crecido desde el 27% en 1997 al 43,3% en 2002 (EGM, 3ª ola Audiencia en Internet).

El comportamiento de las mujeres en la red, hoy por hoy, es bastante distinto del de los hombres. Pero eso parece que tiene que ver más con el hecho de que las mujeres se han incorporado a la red más tarde y llevan menos tiempo en ella. Hasta hace unos años se conectaban sólo académicas y ejecutivas. Hoy, son muchísimas las que acceden desde el hogar. En todo caso, las mujeres participan menos que los hombres, y utilizan más el correo electrónico que Internet. Conforme más mujeres se incorporan, menos diferencias hay en el comportamiento entre uno y otro sexo.

Los hombres pasan muchas horas navegando desde sus hogares, “juegan” más y acceden cada día a redes distintas. Especialmente las relacionadas con noticias, deportes, inversiones y banca. Las mujeres acceden más a redes relacionadas con la salud y la educación de los hijos. Según Marleen McDaniel, directora general de www.women.com, una Web dedicada a las mujeres (un portal que cobija media docena de direcciones sobre la mujer, con 2,3 millones de visitas al mes), éstas tienen un comportamiento más pragmático y buscan sólo la información concreta que les sea “eficaz” (un teléfono, una dirección). En compras *on line*, el 71% son hombres y el 58% de las mujeres (Estados Unidos) lo utilizan para comprar acciones en bolsa, porque se sienten más cómodas en el anonimato de la red que consultando a un broker (muchas mujeres consideran el lenguaje de los brokers arrogante y sexista).

Las empresas de comercio electrónico están muy interesadas en la actitud de las mujeres, que son las que deciden la mayoría de las compras de los hogares. También se pone de manifiesto en numerosos estudios (Pew, 2000) que las mujeres utilizan

Internet para mejorar sus relaciones personales y familiares (conectar con parientes que viven lejos, enviar fotos de acontecimientos familiares, etc.). Y sobre todo, las mujeres, al contrario que los hombres, utilizan Internet para resistirse al sexismo y avanzar en su empoderamiento creando un sentimiento de comunidad.

¿Cómo pueden la SI y la TIC ofrecer oportunidades a las mujeres para la expansión de sus proyectos económicos y para un cambio social, político y cultural? Para las mujeres Internet es una herramienta con un poder enorme:

1. Permite el acceso a información y comunicación de forma diseminada (desde cualquier parte). Esto contrarresta el aislamiento de las mujeres que están en sus hogares en lugares remotos y facilita todo tipo de contactos, culturales o económicos, políticos o sociales.
2. Hay portales dedicados a buscar trabajo a las mujeres, a solicitar créditos para ellas, a asesoría empresarial. Portales dedicados a crear redes de mujeres para ejercer el poder.
3. Internet es un medio muy eficaz para las nuevas pequeñas empresarias por sus bajos costes de conexión, información y comunicación. Especialmente, si tenemos en cuenta que muchas de los millones de mujeres que crean pequeños negocios lo hacen desde sus hogares.
4. Aumenta la experiencia y confianza para defender puntos de vista femeninos. Favorece el desarrollo de un discurso de propuestas, más allá de la denuncia y la queja. En este sentido favorece el empoderamiento: crear para crear.

Por ello es necesario animar a las mujeres a utilizar Internet, ofrecerles un tipo de formación que sea coherente con sus necesidades, y ampliar su acceso a los ordenadores y a las conexiones a Internet.

2.2. LA FEMINIZACIÓN DEL EMPLEO Y EL MERCADO DE TRABAJO

Entre los impactos sociales y económicos más trascendentales de la SI se encuentran los que afectan al empleo y al trabajo. La aparición de nuevos procesos de producción y de nuevos productos y servicios determina intensos procesos de sustitución de empleos. Los nuevos puestos de trabajo creados, y en gran medida también los antiguos, se definen con arreglo a parámetros nuevos desde el punto de vista de la cualificación, de la relación entre la empresa y el trabajador, y del tipo de contrato. Para los países de la OCDE, esos efectos han sido ampliamente analizados (Castells, 1997; Collecchia y Papaconstantinou, 1996; Carnoy, 2001):

1. Se reducen los empleos directos que, en parte, son sustituidos por nuevas máquinas y herramientas dotadas con TIC, y, en parte, son desplazados hacia otros países y regiones. Por el contrario, aumentan los empleos indirectos, porque el

empleo tiende a concentrarse en actividades de manejo de información, tanto en la industria como en los servicios.

2. Aumentan considerablemente las ocupaciones intensivas en información de alto nivel (directivos, profesionales y técnicos). Sin embargo, también crecen, aunque en menor medida, las ocupaciones más descualificadas de los servicios. Aunque la información es un componente crítico, esto no significa que la mayoría de los empleos hayan de estar en procesamiento de información (Castells, 1997). También se crean muchos empleos de servicios. Unos son empleos descualificados, incluso aunque utilicen tecnologías de la información (cajero de supermercado). Otros son cualificados, pero dedicados al cuidado de las personas (sanidad, servicios sociales, educación).
3. Se produce un incremento simultáneo de los extremos alto y bajo de la estructura ocupacional, lo que favorece la polarización. Los empleos de alto nivel aumentan más deprisa, pero son menos en número; mientras que los del nivel más bajo, más numerosos, experimentan un crecimiento menos expansivo. Pese a estas tendencias, la mayoría de las ocupaciones siguen siendo de baja cualificación (dependiendo del país, entre dos tercios y tres cuartos del empleo), pero la cuota de ocupaciones de alta cualificación está creciendo en todos los países de forma continuada.
4. La industria y los servicios muestran un comportamiento distinto (Collecchia y Papaconstantinou, 1996). En la industria, aunque el empleo total se reduce, los empleos de alta cualificación, directos e indirectos, siguen aumentando. En cambio, en los servicios, donde el crecimiento del empleo es fuerte y consistente, los empleos indirectos de baja cualificación (hostelería, servicios personales, comercio) han aumentado casi tanto como los indirectos de alta cualificación (servicios a empresas, servicios sociales).
5. Las categorías laborales que más crecen son los empleos temporales, a tiempo parcial y el autoempleo, que ya representan casi el 40 por 100 del empleo y no afectan sólo a los descualificados, sino también a los cualificados, aunque a éstos en mejores condiciones que a aquéllos.

Todos estos cambios afectan a la participación de las mujeres en el empleo. Y no lo hacen de manera negativa, sino positiva. En el cambio de paradigma productivo y organizativo, las mujeres encuentran con más facilidad un lugar productivo. El sistema industrial predominante a lo largo del siglo XX, y especialmente el sistema de organización fordista, constituían un mundo masculino en el que las mujeres no tenían lugar. Se las relegaba a tareas productivas poco cualificadas, marginales, minuciosas y tediosas; en definitiva mal remuneradas. Por el contrario, en la sociedad de la información, parecen abrirse más posibilidades para el empleo femenino:

1. Las transformaciones estructurales y del empleo, favorecen al empleo femenino:
 - a. Aumenta el empleo indirecto, de mayor presencia femenina, y se reduce el directo, tradicionalmente masculino.

- b. Aumenta el empleo de servicios (por transferencia desde la industria y por la aparición de nuevos sectores de servicios, especialmente servicios a empresas y servicios sociales), que también son sectores de empleo femenino.
2. El aumento de los requerimientos de cualificación favorece a las personas con más años de estudios frente a las que tienen menos, limitando la posibilidad de actitudes de discriminación por sexo a la hora de las nuevas contrataciones. Además, las mujeres son conscientes de que se les exige más títulos que a los hombres y se preparan para ello.
3. Las innovaciones que hacen desaparecer el esfuerzo físico y los empleos peligrosos eliminan algunas de las excusas más frecuentemente utilizadas para evitar la incorporación de las mujeres a actividades (minería, metalurgia, construcción y otras) y ocupaciones (maquinista, operario de movimiento de materiales) tradicionalmente asignadas a los hombres. De hecho, cada vez se incorporan más mujeres a estas actividades.
4. El desarrollo económico y social que acompaña a la difusión tecnológica también afecta al empleo, ya que la mejora del nivel de vida determina cambios en la demanda para cuya satisfacción se desarrollan nuevas actividades de producción de bienes y servicios. Aumentan los empleos en actividades de educación, formación y servicios a empresas. Éstas son actividades en las que la presencia de mujeres es importante y está creciendo.
5. También aparecen nuevas ocupaciones femeninas. Por una parte, porque ocupaciones como profesionales y cualificados de los servicios se han feminizado (porcentaje de mujeres superior a la media nacional y en torno o por encima del 50 por 100). Por otra, porque aumentan los empleos de atención a personas. Debido a la incorporación femenina al empleo, numerosas actividades que tradicionalmente eran realizadas por las mujeres gratuitamente en el hogar, en la actualidad pasan a formar parte del mercado. Además, en la mayoría de los casos esos servicios son proporcionados también por mujeres, pero ya mediante la retribución de un salario.

En todos los países de la OCDE, y también en España, el empleo femenino aumenta y el masculino se reduce. Por tanto, el efecto de la SI sobre el empleo femenino es positivo tanto desde el punto de vista cuantitativo (más empleos) como cualitativo (mejores empleos, por ejemplo de profesionales, técnicos, cualificados de los servicios).

Sin embargo, no todos los efectos son positivos. En un sistema de redes de empresas flexibles con mano de obra cualificada, las relaciones laborales son más complejas e individualizadas. Esto puede afectar negativamente a las mujeres. En las relaciones de subcontratación entre empresas, las condiciones de trabajo se deterioran en los empleos que requieren poca cualificación, donde es muy probable que la presencia femenina sea importante. Así, aumentaría el empleo femenino, pero empleo de condiciones precarias.

El mercado de trabajo y las relaciones laborales están cambiando por la coincidencia de dos procesos que anteriormente hemos explicado: por una parte, la difusión de las TIC, y, por otra, la incorporación masiva de mujeres, en general más preparadas que los hombres. Asistimos a una crisis del modelo laboral de trabajo estable a tiempo completo y carrera profesional. El nuevo modelo laboral, que Castells llama “flexi-trabajo” (2000, Vol. I, Cap. 4) implica múltiples formas de relación laboral (temporal, tiempo parcial, autónomo, trabajador de empresas de trabajo temporal, subcontratación, consultoría). Los trabajadores rotan por esas formas a lo largo de toda su vida y cada vez están menos tiempo en la misma empresa. Según Castells (2001), en California el tiempo de estancia media es de tres años.

Este modelo está muy relacionado con la **feminización del mercado de trabajo**. En España más del 50 por 100 de las mujeres ocupadas lo están en condiciones de flexi-trabajo y el 40 por 100 de ellas tienen una antigüedad en el empleo inferior a 4 años (Castaño *et al*, 1999). El flexi-trabajo es buscado por individuos de alto nivel, que organizan su propia carrera profesional. Pero también es el que se ofrece a las mujeres sistemáticamente. Los empresarios nunca piensan en empleos fijos para las mujeres por miedo a que la maternidad o el cuidado de los hijos puedan afectar a su dedicación a la empresa. Para las mujeres, su incorporación masiva al empleo remunerado coincide con la persistencia de la división sexual del trabajo en el hogar y la discriminación, por lo que a algunas no les viene mal, o no les queda más remedio, que ser trabajadoras flexibles.

La mayor presencia relativa de las mujeres en las nuevas modalidades de contratación laboral (contratos de duración determinada y a tiempo parcial), que refleja la importancia de estos contratos en los procesos de incorporación laboral femenina, indica que las mujeres son mano de obra más flexible que los hombres. Con datos de la Encuesta de Población Activa, en el cuarto trimestre de 2001 la tasa de temporalidad femenina ascendía al 34,5 por 100, mientras que la masculina se quedaba en 29,9.

Esta flexibilidad de la mano de obra femenina se refleja también en el plano remunerativo. En España, con datos de la Encuesta de Salarios de 2000, los ingresos femeninos suponen sólo un 75 por 100 de los que perciben los hombres. Los datos de la Encuesta Básica de Presupuestos Familiares 1990-1991 muestran que resultan siempre más bajos para las mujeres cuando se desagrega por edad, nivel de estudios, rama de actividad, ocupación, tipo de empleador.

Incluso no parece ser de gran utilidad dedicarse a las ocupaciones más “feminizadas” en las que las mujeres son supuestamente más productivas (pues suelen suponer una extensión de las tareas domésticas, como limpieza, cuidado de personas,

etc.), ya que también en estos casos las mujeres ganan menos que los hombres. Tener más años de estudios y, sobre todo, trabajar en el sector público y ser relativamente joven ayuda a reducir estas diferencias (Rubery, 1993).

Esto significa que el capital humano no afecta por igual a la situación laboral de hombres y mujeres. En particular, se encuentran evidencias (Rubery, 1993; Castaño *et al*, 1999) de que el mercado de trabajo valora menos la experiencia de las mujeres (entendida en el sentido más amplio de la palabra, como experiencia de vida, y medida a través de la edad), pues se constata que tiene un efecto muy favorable en los ingresos del hombre y mucho menos favorable en los ingresos de la mujer o, incluso, perjudicial para su ocupación. Por el contrario, los estudios influyen más en la mejora de los ingresos entre las mujeres que entre los hombres. Sin embargo, se ha de considerar que ellas parten de niveles más bajos y que, sea cual sea el nivel de estudios considerado, sus ingresos se sitúan por debajo de los de los hombres. Por tanto, este dato no debe entenderse como una discriminación positiva para la mujer, sino más bien lo contrario: parece que funciona como un requisito que impone el mercado a las mujeres, y que afecta tanto a sus posibilidades de colocación como a los ingresos que se percibirán.

Desde el punto de vista de las ocupaciones, se ha de destacar la acusada especialización femenina en algunas de ellas (profesionales, administrativos, cualificados de los servicios y no cualificados) y su alejamiento de la distribución del empleo más equilibrada de sus compañeros varones. Por ello, la segregación del empleo es más intensa.

En realidad, habría que hablar de polarización en el seno de la mano de obra femenina. Esto significa que existe una doble vía de acceso de las mujeres al empleo: la vía de alta calidad para las mujeres con estudios superiores y medios (a los que las mujeres dedican mayores esfuerzos que los hombres), y la vía de baja calidad para las mujeres no cualificadas, que conduce, sobre todo, a la ocupación de limpiadoras, que no es más que una continuación de las labores del ama de casa. Hoy también podemos hablar de empresas “femeninas” de electrónica o pequeños electrodomésticos (Castaño *et al*, 1998), que se caracterizan porque, al revés de lo que ocurre en el resto de las empresas industriales, las mujeres son mayoritarias entre la mano de obra directa (montaje de componentes) y los hombres entre la indirecta (mantenimiento, calidad, profesionales y técnicos). Las mujeres realizan las tareas más ingratas y peor pagadas. En el entorno de esas empresas no está bien considerado socialmente que un hombre acuda a desempeñar esos puestos de trabajo.

Por último, otro de los significados de la feminización del mercado de trabajo es que implica el deterioro (por feminización) de las condiciones de trabajo. Las condiciones, siempre peores, de las mujeres, se extienden al conjunto de los empleos.

Anteriormente se ha comentado que los empleos temporales y a tiempo parcial son los que se ofrecen a las mujeres. Castells (1997, Vol. II, Cap. 4) nos recuerda que en los Estados Unidos las diferencias salariales entre uno y otro género se están reduciendo, pero no porque los salarios femeninos están mejorando, sino porque los masculinos están empeorando.

2.3. LA NUEVA CONCIENCIA DE LAS MUJERES

Lo más característico de la sociedad actual es **la nueva conciencia de las mujeres**: el fenómeno revolucionario primero y más importante, el que ha originado todos los demás, es el cambio en la mentalidad, en la conciencia femenina, como consecuencia de la educación.

El siglo XX –sobre todo en su segunda mitad para las mujeres españolas– ha sido el siglo de la **educación**³. Hoy, ya tenemos más mujeres que hombres en las universidades españolas. La educación, como destacan continuamente los informes de la ONU, hace cambiar el comportamiento de las mujeres, el tamaño de sus familias y la vida cotidiana de éstas. Conforme aumenta el nivel educativo de las mujeres, se reduce el número de hijos de la familia, y se alarga y mejora la vida de éstos.

El acceso de las mujeres a la educación y la cultura ha sido acompañado de cambios en la **salud** (reducción de la mortalidad infantil y por parto) que, unidos al uso de anticonceptivos desde los años 60 y 70, han liberado a las mujeres de la obligación de parir y les permiten elegir el tamaño de su familia.

La reducción de la natalidad y el aumento de la esperanza de vida determinan que la maternidad y la crianza de los hijos representen un periodo relativamente corto en la vida de las mujeres, especialmente en los países desarrollados. Puesto que la sociedad ya no necesita que la actividad principal de las mujeres sea la reproducción física de la especie, también pueden trabajar, crear empresas y participar en la vida política y social.

Y no sólo pueden, sino que tienen que trabajar, debido a que la tasa de paro está descendiendo en la UE y en todos los países de la OCDE, aunque en España es todavía muy alta en comparación con otros países. Las economías necesitan que las mujeres, especialmente las cualificadas, trabajen fuera del hogar con un empleo remunerado.

3. En 1850, el 86 por 100 de las mujeres españolas eran analfabetas; en 1900 ese porcentaje se había reducido hasta el 71 por 100 y en 1930 era todavía del 47 por 100.

El comportamiento de las mujeres que trabajan o que quieren trabajar, que no sólo proyectan su vida en torno al cuidado de la familia, cambia: éstas alargan el periodo educativo y después se incorporan al mercado de trabajo.

Sin embargo, las actitudes discriminatorias contra las mujeres tanto en la familia como en el mundo laboral determinan cambios de importancia en los **comportamientos demográficos**, ya que contribuyen al retraso del matrimonio y la maternidad, y finalmente a una reducción de la fecundidad femenina. En España esta situación ha llegado al extremo de que no se garantiza la renovación de las generaciones, lo que conduce al estancamiento demográfico y el envejecimiento de la población. Demógrafos como Chesnais (1996) observan que en los países como Italia y España, donde la familia tiene una gran importancia social y ello se combina con la precariedad laboral de los jóvenes y la discriminación de las mujeres, la natalidad y la fecundidad son extremadamente bajas.

Se reduce el número de hijos, y las familias son más pequeñas. Pero el cambio fundamental es otro. La **autonomía económica** de las mujeres, a partir de la disposición de ingresos propios por ejercer un trabajo remunerado, contribuye a su **autonomía emocional**. Ya no tienen que depender del hombre proveedor de recursos (marido, padre, hermano) y quieren participar en las decisiones familiares de igual a igual.

Esta demanda de democratización de la familia contribuye a la **crisis del modelo de familia patriarcal** y poco a poco ha puesto de manifiesto que la única familia posible no necesariamente es la denominada “nuclear” (los dos progenitores y sus descendientes, los mismos para toda la vida, a semejanza de las familias norteamericanas de las películas de los años 50), sino que las complejidades de la vida y la libertad de las personas conducen a la creación de nuevas formas de relación familiar, con hijos de distintos matrimonios de ambos cónyuges, familias monoparentales, parejas de hecho, etc.

También estamos asistiendo a lo que podríamos llamar la **crisis del trabajo doméstico**. Los bienes que necesitan las familias han cambiado, son más variados, complejos y sofisticados, y en la mayoría de los casos ya no se pueden proveer con el trabajo doméstico. El trabajo doméstico ha evolucionado históricamente a partir de la revolución industrial, en paralelo con los cambios económicos y de las necesidades sociales (Blau, Ferber & Winkler, 1998). La primera industrialización inició el proceso de transferencia de ciertos procesos de producción doméstica (coser ropa, elaborar alimentos) al mercado. Aunque la economía doméstica todavía era capaz de producirlos, el mercado los ofrecía de forma más eficiente.

Pero desde principios del siglo XX el mercado empezó a producir bienes y servicios que nunca habían sido producidos en el hogar, y que la economía doméstica

era incapaz de elaborar (electricidad, electrodomésticos, coche, teléfono, televisión, educación y medicina avanzadas).

Desde entonces, ya no se plantea la cuestión de si acaso la economía doméstica puede ser más eficiente que el mercado; eso es irrelevante. Si la familia quiere disfrutar de esos frutos de la industrialización, ha de obtenerlos en el mercado.

Al mismo tiempo, han aparecido otros bienes, que son resultado del desarrollo social y político, que se recibirán gracias a la acción del Estado del Bienestar. La educación de los hijos ya no tiene lugar en el hogar, sino en instituciones educativas. El cuidado de los enfermos se transfiere progresivamente a hospitales o centros de salud, puesto que las familias no están preparadas para ofrecer los métodos de atención propios de la medicina actual.

De esta manera, los productos industriales y la oferta de servicios públicos han reducido la flexibilidad de la economía doméstica para producir los bienes y servicios que sus integrantes necesitan. Si los miembros de la familia desean consumir esos bienes en el mercado, han de tener dinero, a través de la percepción de un salario o por otros medios.

Esto se refleja en que las actividades domésticas más elementales (comida, ropa) cada vez representan una parte más pequeña del presupuesto familiar, y los esfuerzos del ama de casa para reducir gastos realizándolas ella misma no resultan eficaces ni compensan el esfuerzo, porque los ahorros potenciales son mínimos. Todo ello significa dos cosas muy importantes:

- a. El trabajo de las mujeres fuera del hogar en la actualidad no representa sólo un deseo de independencia femenina, sino una necesidad para el sostenimiento de la familia.
- b. Las mujeres dedicadas en exclusiva a ser amas de casa cada vez serán menos numerosas y constituyen un residuo de una sociedad y una economía en gran medida ya superadas. Sólo las familias con rentas muy altas pueden permitírselo. En definitiva, el papel tradicional de la mujer se ha quedado sin contenido.

Además, las mujeres de hoy son conscientes de la necesidad de disponer de fuentes de ingresos propios para no depender de su pareja. Para ello, saben que tienen que desarrollar una profesión propia que les permita no solo mantenerse sino promocionarse. La revista *Business Week* (22 Septiembre, 1997) se hacía eco de una investigación que mostraba que las razones por las que trabajan más mujeres casadas que antes, y lo hacen por más horas, no es sólo porque quieran aumentar y mejorar el nivel de consumo de sus familias (de hecho, trabajan muchas esposas de hogares con un alto nivel de renta), sino para protegerse en caso de que un divorcio deteriore sus niveles de ingresos.

3. CONCLUSIONES

La difusión generalizada de las tecnologías de la información y el uso de Internet cambian la forma de hacer negocios y de crear empleo, de trabajar y de vivir. Esto significa nuevos retos y también nuevas oportunidades para las mujeres, porque también ha cambiado el carácter de las diferencias entre hombres y mujeres. Antes eran diferencias de derechos y de formación. Hoy tenemos, al menos en los países desarrollados, igualdad formal de derechos entre uno y otro sexo, y las mujeres poseen cada vez más formación, superando a los hombres en este aspecto. Cada vez es mayor la presencia de mujeres en toda la economía y sus comportamientos laborales son similares a los de los hombres, si no más eficaces o más adaptados a las nuevas condiciones de la SI.

Fisher (2000, pp. 225), Castells (1997) y Carnoy (2001), así como los resultados de nuestras propias investigaciones anteriormente citadas, coinciden en que el mundo está cambiando en una dirección que favorece los tipos de trabajo que ejercen generalmente las mujeres: servicios empresariales, servicios sanitarios, atención infantil, informática y proceso de datos, ventas al por menor y asistencia domiciliaria; todos ellos sectores dominados por las mujeres.

Sin embargo, la SI es un proceso en marcha en el que el denominador común entre presente y futuro son las TIC. Y en este proceso no siempre es posible pasar de cero a cien de forma inmediata. Es decir, la SI puede estar más o menos avanzada en cada país, región, ciudad, comunidad, con un grado de incorporación diferente en cada uno de estos ámbitos, en función de sus propias condiciones económicas, políticas, sociales, culturales, etc. Y puede afectar de forma desigual y con distintos grados de intensidad a diferentes colectivos sociales.

El nivel de desarrollo de la SI en cada ámbito sin duda afectará a las posibilidades de participación de las mujeres en la actividad económica, al tipo de empleos que desempeñan y, por esta vía, estimular en mayor o menor medida la tasa de actividad femenina. Asimismo, la extensión de las formas de flexibilidad relacionadas con un uso intenso de las TIC, más que las basadas en el deterioro de las condiciones de trabajo, también favorecerá no sólo la incorporación, sino la permanencia en el mercado de trabajo.

El acceso a la sociedad de la información por parte de las mujeres españolas se irá generalizando a medida que más mujeres se incorporen al mercado laboral y utilicen las TIC como herramientas de uso profesional.



2

Indicadores de la sociedad de la información y mujeres

1. INDICADORES DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN E INDICADORES DE GÉNERO

El momento actual, en el que se suceden cambios sociales y tecnológicos de diversa intensidad y velocidad atendiendo a multitud de variables, requiere ser estudiado mediante una aproximación a la diversidad de situaciones nuevas generadas por la incorporación de las TIC a los procesos productivos y sociales.

El hecho de que sean muchas las cifras publicadas acerca de la sociedad de la información, su grado de difusión y su repercusión, provoca problemas de comparabilidad y coherencia de las informaciones. Por otra parte, atendiendo a una perspectiva de género, los datos disponibles se reducen.

Teniendo en cuenta estas limitaciones, es necesario conocer los datos básicos de incorporación de la mujer a la sociedad de la información, como punto de partida para analizar si el proceso de cambio que está experimentando la sociedad favorece o dificulta la superación de las desigualdades de género y en qué medida las TIC pueden contribuir a la plena incorporación de las mujeres a la actividad económica y social.

La información de este capítulo incluye datos sobre la capacidad de los ciudadanos de tener acceso a la información, así como otros que apuntan tendencias generales de uso y comportamiento en la utilización de las TIC. Se presta especial atención a las diferencias entre uno y otro sexo, y se presentan datos relativos a los ámbitos autonómico, nacional e internacional.

1.1. INDICADORES DE LA SI EN LA UNIÓN EUROPEA Y POSICIÓN RELATIVA DE ESPAÑA

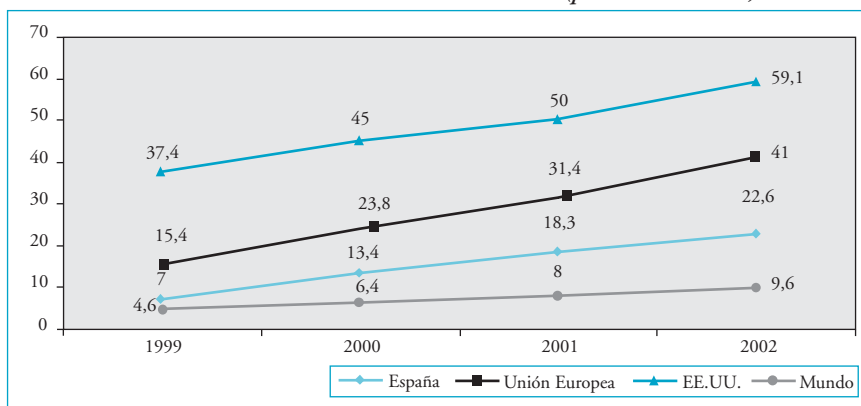
El acceso a Internet es el referente básico para el estudio de la sociedad de la información. Las nuevas maneras de producir, comerciar, relacionarse, etc., se están modificando con la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación en todos los órdenes sociales. Pero el impacto más destacado se ha concentrado en aquellos aspectos relacionados con Internet. En septiembre de 2002 había en el mundo 605 millones de usuarios de Internet¹, de los cuales 190 millones eran europeos y 165 norteamericanos². En España, algo más de 7.850.000 personas son

1. NUA, 2002.

2. El dato corresponde al mes de mayo de 2002. Fuente: Nielsen Net Ratings.

internautas³. En términos porcentuales se aprecian diferencias significativas. Mientras cerca del 60% de los ciudadanos de Estados Unidos está conectado a la red, en Europa este porcentaje desciende a una tercera parte de la población.

Gráfico 2.1. Número de usuarios de Internet en el mundo (por 100 habitantes)



Fuente: Datos 1999 a 2001 International Telecommunications Unit (ITU).

Datos 2002 Nua. La media de la Unión Europea para este año se ha obtenido incluyendo los datos de 2001 de Grecia e Italia, y los últimos datos disponibles para Luxemburgo (2000).

Dentro de la Unión Europea, la sociedad de la información continúa desarrollándose a diferentes velocidades.

- Existe un primer grupo de países, integrado por los escandinavos y del norte de Europa, que se encuentra en posiciones avanzadas junto con Estados Unidos, Canadá y otros países del este asiático.
- Un segundo grupo, constituido por los países del centro de Europa, con altas tasas de adopción de las nuevas tecnologías, pero no incluidos en las diez primeras posiciones en los índices mundiales generales relacionados con la sociedad de la información.
- En el último grupo se encuentran los países del sur de Europa, cuya integración a la sociedad de la información parece seguir rezagada con respecto al resto de la UE. Sus indicadores, sin embargo, se encuentran aún por encima de los correspondientes a los países candidatos del este de Europa.

Dentro del tercer grupo, España está a la par de Italia y por encima de Portugal y Grecia. El nivel de apertura de la economía, la disponibilidad de recursos humanos cualificados y la capacidad de innovación destacan entre las características más

3. EGM: 3ª Ola 2002 Octubre/Noviembre.

sobresalientes, superando la media de la UE. La infraestructura de telecomunicaciones de España también se considera adecuada, obteniendo mejores valoraciones que Francia, Irlanda o Bélgica⁴.

A continuación, se presentan datos sobre los indicadores utilizados con más frecuencia para determinar el grado de penetración de la sociedad de la información en cada país. En concreto, estos indicadores se refieren a cinco elementos básicos: dotación de ordenadores personales, número de *hosts*⁵, usuarios de Internet, usuarios de telefonía móvil y precios de acceso a Internet.

Actualmente, el PC es el terminal más común para el acceso a Internet. El número de ordenadores personales en la Unión Europea se incrementó un 16% durante el año 2000, alcanzando un total de 108 millones de máquinas. A pesar del crecimiento se mantienen las diferencias de equipamiento entre Europa y Estados Unidos (35 y 59 PC por cada 100 habitantes, respectivamente).

Las diferencias son también muy acusadas entre los distintos países europeos. Mientras los países nórdicos y Luxemburgo mantienen tasas que oscilan entre los 40/50 ordenadores por cada 100 habitantes, España se sitúa, junto con Portugal y Grecia, en tasas inferiores (10/15 PC por cada 100 habitantes).

En enero de 2002, en el mundo había 140 millones de *hosts*, de los que 13,5 millones correspondían a los países de la Unión Europea (teniendo en cuenta exclusivamente los dominios de alto nivel de país).

La mayor densidad de *hosts* por cada 100 habitantes en Europa corresponde a los Países Bajos (16,1%), seguido de los nórdicos: Finlandia (15,2%), Dinamarca (8,8%) y Suecia (7,6%). España, Francia, Italia y Portugal tenían las tasas más bajas, con menos de 2 *hosts* por cada 100 habitantes. Por su parte, Estados Unidos alcanza los 28 *hosts* por cada 100 habitantes y Japón se sitúa en 5.

El año 2001 se ha caracterizado por un retraimiento del crecimiento del número de *hosts*, e incluso en algunos países como Francia, Italia, Noruega y Estados Unidos se ha experimentado una reducción de su volumen.

Según el Eurobarómetro de la Comisión Europea (Eurobarometer 113), en el mes de noviembre de 2001 la penetración de Internet en los hogares europeos alcanzaba

4. España 2002.

5. En Internet, el término *host* se aplica a todos los ordenadores centrales que tienen una dirección IP asociada. Inicialmente, a cada *host* correspondía una dirección IP que lo identificaba unívocamente, pero desde la aparición de los *hosts* virtuales esto ha dejado de ser así.

el 38%. Las diferencias entre países, al igual que en los indicadores anteriores, son acentuadas. Así, las tasas de penetración de Internet en los Países Bajos, Dinamarca, Finlandia y Suecia alcanzan los 50/60 hogares por cada 100, mientras que España se sitúa en la segunda peor posición, sólo por delante de Grecia, con una tasa de penetración de Internet del 25% de los hogares.

La situación de España en el contexto europeo evidencia un retraso significativo, aun habiéndose experimentado en los últimos años unas tasas de crecimiento importantes en el acceso de los ciudadanos a Internet (entre 1997 y el año 2000 la tasa de crecimiento fue del 390%).

El único ámbito relacionado con el acceso a la sociedad de la información en el que España destaca notablemente (sobre todo, si tenemos en cuenta su posicionamiento respecto a los indicadores anteriores) es el de la telefonía móvil. En el año 2001 en Europa, cerca de 76 de cada 100 ciudadanos tenía teléfono móvil. España, que supera las tasas de Estados Unidos y Japón (44 y 57%, respectivamente), está muy cerca de la media europea, situándose en el 65,5%.⁶

En este punto es interesante comentar que, si bien España, Portugal y Grecia mantienen elevadas tasas de penetración de la telefonía móvil, ésta no se ha convertido aún en uno de los elementos relevantes para el acceso a Internet y a los contenidos de la sociedad de la información.

Otro de los indicadores del grado de penetración en la sociedad de la información, así como uno de los factores fundamentales para su desarrollo, es el coste del acceso a la red. España destaca como el país europeo con la tarifa más económica en el acceso a Internet mediante cable de fibra óptica (la tarifa mensual más económica para una velocidad de 1Mg/s. es de 11,31 euros). Sin embargo, respecto a la conexión mediante ADSL, España es, junto con Portugal, uno de los países más atrasados de Europa (la tarifa mensual de la conexión se acerca a los 91 euros mensuales).⁷

Este desequilibrio en precio entre ambas tecnologías constituye en el caso español un factor de retraso, ya que mientras la tecnología ADSL (que permite la utilización de la línea telefónica convencional para acceder a Internet mediante banda ancha), está disponible en la casi totalidad del territorio, las redes de cable (más económicas para el acceso a Internet del usuario final) se han extendido en menor medida (sobre todo, en poblaciones con más de 500.000 habitantes).

6. Datos de la International Telecommunications Unit.

7. Datos de la Comisión Europea (Teligen).

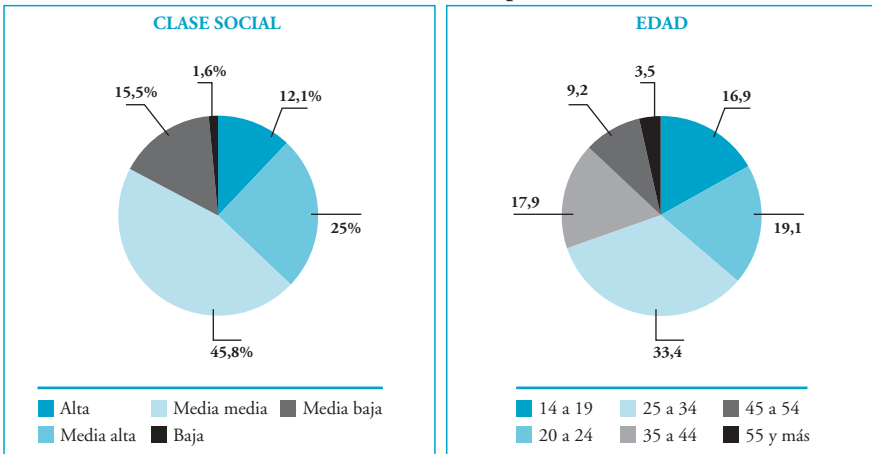
Los cuellos de botella fundamentales en la incorporación de España a la sociedad de la información se encuentran no sólo en la escasa disponibilidad de equipamiento básico (PC), sino en el escaso uso de las tecnologías de la información y la comunicación (número de *hosts*, usuarios de Internet).

Partiendo de los indicadores de equipamiento básico en España para el acceso a Internet, nos interesa conocer el internauta tipo. A continuación, se presentan algunos datos que indican cuál es el perfil y el comportamiento en el uso de la red por parte del usuario español.

En cuanto a la edad de los usuarios de Internet, los últimos datos disponibles señalan que el 69% se sitúa entre los 14 y los 34 años, estando el 33% del total de usuarios entre los 25 y los 34 años. Este último tramo ha venido disminuyendo en los últimos años compensado por un aumento de los tramos inferiores de edad, lo que se interpreta como un rejuvenecimiento de los usuarios de Internet.

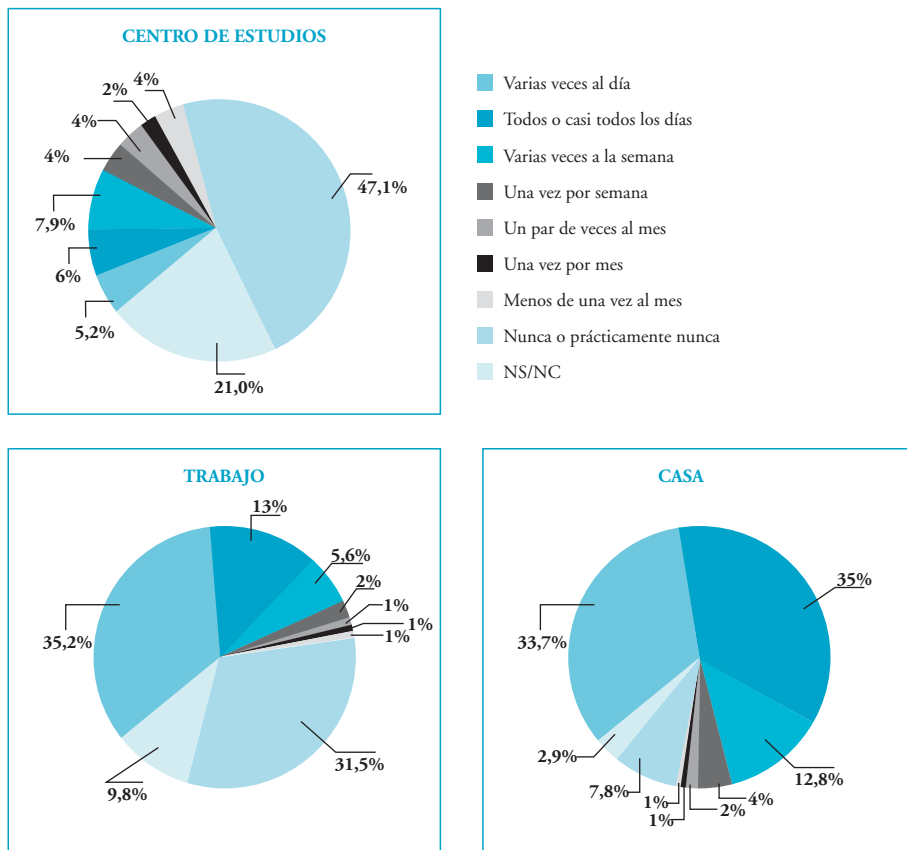
Considerando el perfil socioeconómico de los usuarios de Internet en España, la evolución observada en los últimos años indica un crecimiento de usuarios de clases sociales medias en detrimento de la clase social alta y media alta. El 46% de los internautas en la actualidad pertenece a la clase media, constituida por trabajadores y profesionales cualificados, mientras la clase social baja, correspondiente a personas sin formación o con niveles de formación primarios y ocupaciones no especializadas, apenas accede a Internet (2%).

Gráfico 2.2. Perfil de los usuarios de Internet en España. Año 2002.



Fuente: EGM, 3ª Ola 2002. Oct./Nov.

Gráfico 2.3. Frecuencia de uso de Internet según lugar de acceso. 2002.



Fuente: AIMC. Quinta encuesta a usuarios de Internet.

En cuanto a la frecuencia del acceso a Internet en España, y teniendo en cuenta el lugar desde donde se conecte a la red, en el año 2002 los ciudadanos que acceden desde el hogar, lo hacen normalmente todos o casi todos los días (35%), e incluso varias veces al día (34%). El 13% accede varias veces a la semana, y el 8% no accede nunca desde el hogar.

Si la conexión se realiza desde el trabajo, la mayor parte de los ciudadanos afirma acceder varias veces al día (el 35%), o todos o casi todos los días (13%), pero un elevado porcentaje (31,5%) afirma no acceder a Internet desde el trabajo.

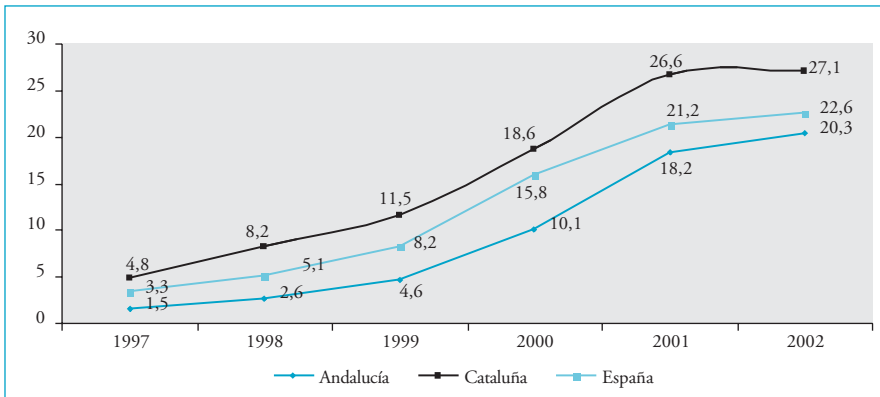
Por último, cuando el acceso es desde la universidad o el centro de estudio, cerca de un 50% de los entrevistados afirma no conectarse nunca, lo que indica las dificultades de acceso de los ciudadanos desde estos centros.

1.2. INDICADORES DE LA SI EN ANDALUCÍA

Si en el apartado anterior se constataba la distancia de España con los países de la Unión Europea, la situación en Andalucía respecto a la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación muestra un panorama más retrasado, si bien las posiciones se están acercando a la media española para algunos indicadores.

Los datos del Estudio General de Medios indican una diferencia de algo más de dos puntos entre Andalucía (donde la penetración de Internet se sitúa en 20,3% de la población) y la media española (22,6%).

Gráfico 2.4. Evolución de los usuarios de Internet en España 1997-2002 (penetración %).



Fuente: EGM. Audiencia en Internet. Oct./Nov. 2002. AIMC.

Los datos correspondientes a Andalucía y Cataluña son datos anuales acumulados, mientras los correspondientes a España muestran la evolución en función de los datos registrados en la tercera ola anual (Oct. / Nov.).

La disponibilidad de PC en el hogar es uno de los condicionantes para el acceso continuado a la red. No obstante, este equipamiento es en sí mismo una herramienta de trabajo que satisface otras necesidades (edición de textos, generación de gráficos, diseño de presentaciones, etc.). Como se observa en la tabla siguiente, la demanda de acceso a Internet en aquellos hogares que disponen de PC es aún baja. Así, en Andalucía, sólo un 14% de los hogares está equipado con PC y módem, siendo la penetración de PC del 21,6%.

Tabla 2.1. Disponibilidad de PC en los hogares. Comunidades autónomas.

	% hogares con PC	% hogares con PC y módem
Andalucía	21,59%	14,04%
Aragón	36,27%	23,58%
Asturias	29,69%	19,31%

Continúa

Continuación

Baleares	24,51%	15,94%
Canarias	20,78%	13,51%
Cantabria	30,11%	19,58%
Castilla–La Mancha	17,09%	11,11%
Castilla y León	27,98%	18,20%
Cataluña	41,72%	27,13%
Comunidad Valenciana	28,79%	18,72%
Extremadura	13,59%	8,84%
Galicia	20,36%	13,24%
La Rioja	34,73%	22,58%
Madrid	51,56%	33,52%
Murcia	15,85%	10,31%
Navarra	33,54%	21,81%
País Vasco	33,88%	22,03%
TOTAL ESPAÑA	30,83%	20,05%

Fuente: España 2002. Para el porcentaje de PC, y porcentaje de PC y módem en hogares los datos son estimaciones para el año 2001 sobre la base de datos de SEDISI e IDC.

Por otra parte, el nivel de dotación de ordenadores personales en Andalucía es, junto con el registrado en las comunidades de Extremadura, Murcia, Castilla-La Mancha y Baleares, uno de los más reducidos de España (ninguna de ellas supera el 25% de hogares con PC).

1.3. INDICADORES DE LA SI. UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Para analizar la penetración de la SI desde una perspectiva de género y conocer la situación de hombres y mujeres en su acercamiento a las TIC y, en especial, a la red Internet (utilización, comportamientos, actitudes, opiniones, etc.) utilizamos las fuentes de información disponibles:

- Utilizamos datos del Estudio General de Medios (EGM), una encuesta elaborada por la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), en el que se recogen datos de la audiencia en Internet.⁸

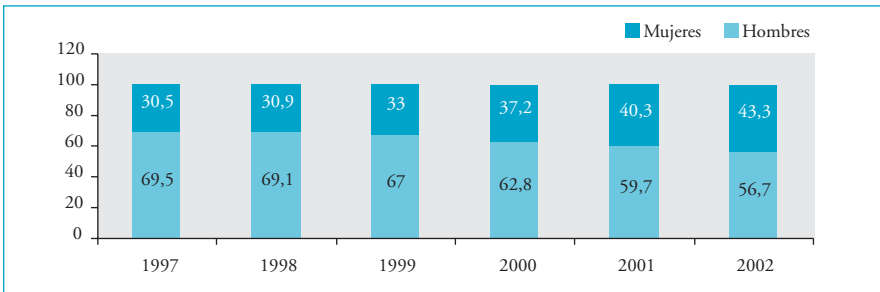
8. El EGM es una encuesta con una muestra cercana a las 44.000 entrevistas, realizada en tres olas a lo largo del año.

- Por otra parte, y con el objetivo de obtener una información diferenciada sobre opiniones relacionadas con las TIC y sobre los usos y comportamientos que realizan mujeres y hombres en Internet utilizamos una encuesta realizada por el Centro de Investigaciones Sociológicas (Barómetro CIS, Septiembre 2001).
- Para datos comparativos de la situación de las mujeres en los países europeos se ha utilizado el Eurobarómetro, una encuesta promovida por la Unión Europea. (Eurobarómetro 112. Internet and the general public. Noviembre 2001).

Según el EGM, de los 7.856.000 usuarios de Internet que había en España a finales de 2002, el 56,7% eran hombres y el 43,3%, mujeres.

Si bien en los últimos años el perfil de los usuarios según el sexo está evolucionando hacia una mayor incorporación de la mujer a la red, esta progresión se realiza lentamente. Así, en los últimos cinco años el número de internautas españolas ha pasado del 30% al 43%.

Gráfico 2.5. Perfil de los usuarios de Internet por sexo. España (% individuos).



Fuente: EGM. Audiencia en Internet. 3ª Ola. Oct. / Nov.

En general, las mujeres españolas usan menos las tecnologías de la información y la comunicación que los hombres. Según datos de la encuesta del CIS (Eurobarómetro, 2001), la diferencia más significativa se encuentra en el uso del ordenador personal, con un diferencial cercano a los 14 puntos (el 41% de los hombres utiliza el ordenador frente a un exiguo 27% de mujeres). Las diferencias entre sexos son también notables en el número de usuarios de Internet (el 30% de los hombres encuestados afirmaba conocer y utilizar Internet, mientras que el porcentaje se reducía al 18% de las mujeres encuestadas) y de correo electrónico (28% hombres; 16% mujeres).

Respecto a la frecuencia de uso de estas tecnologías, las pautas de comportamiento entre hombres y mujeres son similares: se utiliza con mayor frecuencia el teléfono móvil y el ordenador (la mitad de la población encuestada afirma utilizarlos todos los días), mientras que el uso de Internet y el correo electrónico es menos frecuente (cerca del 50% de la población encuestada afirma utilizarlos algunos días a la semana).

Si bien las usuarias utilizan con menor frecuencia que los varones todas las tecnologías señaladas, destaca especialmente el mayor número de mujeres que dicen utilizar Internet y el correo electrónico de forma esporádica.

Tabla 2.2. Utilización y frecuencia de uso de TIC, por sexo. España.

Uso	Frecuencia de uso											
	Todos los días				Algunos días a la semana				Esporádicamente		No contesta	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M		
Teléfono móvil ⁽¹⁾	62,1	54,2	55,9	48,6	27,6	32,7	16,3	18,3	0,3	0,4		
Ordenador personal ⁽²⁾	41,1	27,3	58,1	47,9	34,6	37,3	6,9	14,8	0,4	-		
Conexión a Internet ⁽³⁾	30,1	18,2	41,7	31,1	48,6	47,2	9,7	21,3	-	0,4		
Correo electrónico ⁽⁴⁾	28,1	16,3	36,9	26,5	49,1	52,1	14	21,3	-	-		

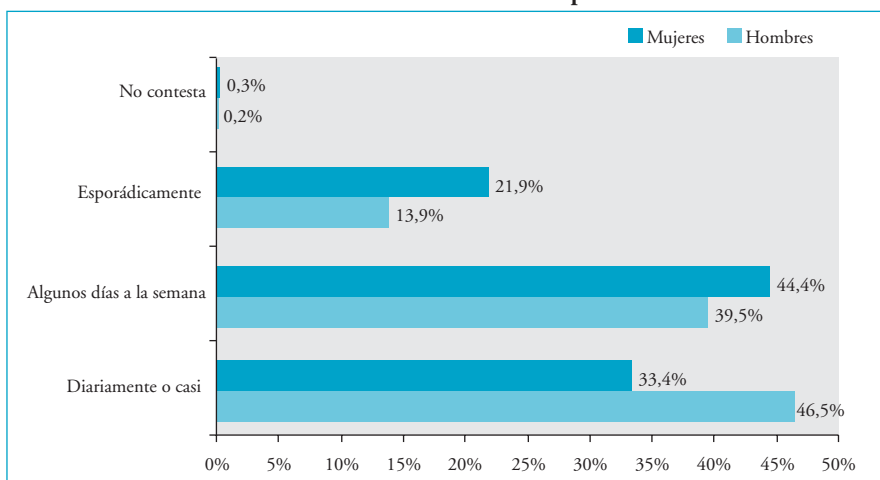
Fuente: CIS (2001) Barómetro Septiembre de 2001.

1. Los datos corresponden a la pregunta: ¿Tiene usted teléfono móvil?
2. Los datos corresponden a la pregunta: ¿Utiliza personalmente el ordenador?
3. Los datos corresponden a la pregunta: ¿Sabe usted lo que es Internet y lo utiliza?
4. Los datos corresponden a la pregunta: ¿Sabe usted lo que es el correo electrónico y lo utiliza?

La frecuencia de uso se ha agrupado en relación con la fuente original de datos. La categoría "Algunos días a la semana" incluye "De tres a cinco días por semana" y "Uno o dos días por semana", mientras que la categoría "Esporádicamente" hace referencia a las respuestas de los grupos "Alguna vez al mes" y "Con menos frecuencia".

Tomando como fuente de datos el Eurobarómetro, una encuesta promovida por la Unión Europea, se observa que en Europa la tendencia es similar a la española: los hombres se conectan a Internet con mayor asiduidad que las mujeres. Así, el 46,5% de los europeos accede a Internet a diario, mientras que esta cifra desciende al 33,4% en el caso de las mujeres.

Gráfico 2.6. Frecuencia en el uso de Internet. Unión Europea.



Fuente: Eurobarometer 112. Internet and the general public. Noviembre de 2001. European Commission.

Los motivos de las mujeres que no utilizan el PC son, en orden de importancia, el desinterés por esta tecnología, y el hecho de que se consideran mayores para utilizarlo. Los hombres, por su parte, aducen no tener interés por usar el PC, y no necesitarlo en el trabajo.

Tabla 2.3. Razón principal por la que no se utiliza ordenador e Internet, por sexo. España.

Razones	Ordenador Personal		Internet	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Es difícil de manejar	8,8%	8,9%	-	-
No lo necesito en mi vida privada	-	-	25%	31,9%
No los necesito en mi trabajo/profesión	24,7%	19%	20,6%	10%
No tengo equipo necesario	-	-	15,7%	18,1%
No tengo tiempo para usarlo	-	-	3,5%	4%
Soy mayor para aprender a manejarlos	19,7%	22%	-	-
Es muy caro	-	-	4,3%	3,7%
No tengo tiempo para aprender a usarlo/no sé usarlo	-	-	9,1%	11,5%
No me interesa	28,4%	29,8%	19,4%	19,2%
Nunca he tenido ocasión de utilizarlo	13,5%	16%	-	-
Otras razones	2,4%	2,6%	1,2%	0,6%
NC	2,6%	1,8%	1,2%	1%

Fuente: CIS (2001) Barómetro Septiembre de 2001.

Respecto a Internet, el 32% de las españolas dice no necesitar la red en su vida privada, mientras que este porcentaje desciende en el caso de los hombres al 25%. En este sentido, y según se desprende de los datos del CIS, sólo el 6% de las mujeres cree muy probable en un futuro próximo hacer personalmente la compra doméstica a través del ordenador, mientras el porcentaje de mujeres que considera esta opción nada probable se eleva a un 54%. Respecto a este asunto, es curioso que el porcentaje de hombres que cree muy probable hacer personalmente la compra doméstica a través de Internet es ligeramente superior (8%) al de mujeres, más habitadas a realizar esta tarea doméstica.

Respecto a consultar la opinión de un médico sobre un problema de salud, servicio de valor añadido que podrían proporcionar las TIC en el ámbito personal, el 39% de las mujeres y el 35 % de los hombres afirman no estar interesados en utilizarlo.

Sin embargo, en el ámbito profesional las mujeres son más conscientes de su utilidad. Así, el 20% de los hombres dice no necesitar Internet en el trabajo, mientras que éste porcentaje se reduce a la mitad en el caso de las mujeres.

La razón principal aducida por el 18% de las mujeres para no acceder a Internet es no contar con el equipo informático adecuado, mientras que este porcentaje se reduce al 15,7% de los hombres.

Existe una diferencia de dos puntos entre hombres y mujeres respecto a la no disponibilidad de tiempo para el uso de la red. El 11,5% de las mujeres dice no tener tiempo para aprender a usar Internet o bien no sabe usarlo, frente al 9% de los hombres.

La encuesta realizada en el marco del Estudio General de Medios refleja diferencias en la disponibilidad de equipamiento informático entre hombres y mujeres. De los elementos considerados (ordenador, acceso a Internet, etc.) las mujeres están como media cuatro puntos por debajo de los hombres (tabla 2.4).

Tabla 2.4. Equipamiento informático y acceso a Internet, por sexo. España. Abril de 2001-Marzo 2002.

Equipamiento	Hombres	Mujeres
Ordenador en el hogar	42,5%	38,9%
Ordenador con CD-Rom	38,5%	34,6%
Ordenador con módem	25,5%	21,7%
Acceso a Internet en el hogar	21,9%	17,6%

Fuente: EGM. Abril de 2001-Marzo 2002. AIMC.

Si atendemos a la encuesta del CIS, los datos de equipamiento informático son similares entre ambos sexos: independientemente de que el PC se utilice personalmente, el 45,2% de los hombres y el 38,9% de las mujeres tenía (en septiembre de 2001) ordenador en casa, la mayor parte de ellos (en torno al 70%) desde hace más de 2 años.

Tabla 2.5. Tiempo desde el que se dispone de ordenador en el hogar, por sexo. España.

Desde ...	Hombres	Mujeres
Hace menos de 6 meses	4,3%	5%
Entre 6 meses y 1 año	8,1%	7%
Entre 1 y 2 años	16,5%	19,1%
Más de 2 años	71,2%	68,3%
No contesta	-	0,6%

Fuente: CIS (2001) Barómetro Septiembre de 2001.

Al contar las mujeres con menor dotación de equipamiento informático y acceso a Internet propio (desde el hogar), es interesante considerar los usos que éstas realizan desde diferentes lugares.

En este sentido, las europeas acceden a la red en menor medida que los europeos, tanto desde el hogar como desde el lugar de trabajo. Sin embargo, son más proclives a utilizar los accesos públicos, (centro de estudios, punto de acceso público), a excepción de los cibercafés, así como la casa de amigos y compañeros. Por otra parte, es interesante destacar que las mujeres son, en menor medida, usuarias de tecnologías novedosas (ordenador portátil, teléfono móvil) para el acceso a Internet.

Tabla 2.6. Lugar y equipo de acceso a Internet, por sexo. Unión Europea. Noviembre 2001.

Lugar/Terminal de acceso	Hombres	Mujeres
Desde casa	71,6%	64,8%
Desde el trabajo	41,8%	38%
Desde el centro de estudios	19%	21%
Desde un punto de acceso público	11,3%	12,8%
Desde cibercafés	9,6%	8,4%
Desde casa de amigos	32,1%	33%
Acceso con ordenador portátil	7,3%	3,9%
Acceso con teléfono móvil	8,4%	6%
Otros	0,3%	0,3%

Fuente: Eurobarometer 112. *Internet and the general public. Noviembre de 2001. European Commission.*

En el caso de las mujeres españolas, también se observa una menor disponibilidad de acceso a Internet desde casa y el lugar de trabajo, así como una mayor utilización desde el centro de estudios y otros lugares.

Los datos del EGM y de la encuesta realizada por el CIS (Septiembre 2001) confirman la posición desfavorable de la mujer frente al hombre en el acceso a las tecnologías. Así, mientras el 61% de los hombres accede a Internet desde su hogar y el 33% desde el trabajo, sólo el 54% y el 26% de las mujeres tienen conexión a la red en casa y el trabajo, respectivamente (tabla 2.7.). Frente a esta situación de desequilibrio, la mujer opta por otras alternativas para acceder a la tecnología, como son el centro de estudios (el 16% de mujeres frente al 12% de hombres), o la casa de algún amigo o familiar (el 13% de mujeres frente al 8% de hombres), con las restricciones que estos lugares conllevan, tanto en horarios como en dependencia de terceras personas.

Tabla 2.7. Lugar de acceso a Internet, por sexo. España. Abril de 2001-Marzo 2002.

Lugar de acceso	Hombres	Mujeres
Desde casa	61,5%	54,3%
Desde el trabajo	32,9%	26,5%
Desde el centro de estudios	11,9%	16,1%
Otros	18,6%	21%

Fuente: EGM. *Abril de 2001-Marzo 2002. AIMC.*

Tabla 2.8. Lugar de acceso a Internet, por sexo. España.

Lugar de acceso	Hombres	Mujeres
Desde el centro de estudios	12,2%	16,2%
La casa de algún amigo o familiar	7,8%	12,8%

Fuente: CIS (2001) Barómetro Septiembre de 2001.

Tabla 2.9. Equipos por los que se accede a Internet, por sexo. España. Abril de 2001-Marzo 2002.

Equipo de acceso	Hombres	Mujeres
Ordenador personal	97,3%	97%
Teléfono fijo con pantalla	0,4%	0,5%
Teléfono móvil (wap)	-	-
Agenda electrónica	0,5%	0,3%
Otro	0,3%	0,2%

Fuente: EGM. Abril de 2001-Marzo 2002. AIMC.

Los servicios utilizados más frecuentemente por los internautas españoles son la consulta de páginas Web (85,8%), el correo electrónico (75,5%) y los chats (21,9%). Respecto a las actividades más habituales, y en consonancia con lo anterior, destaca la búsqueda de información o documentación (80,7%) y la lectura de noticias de actualidad (50,1%).

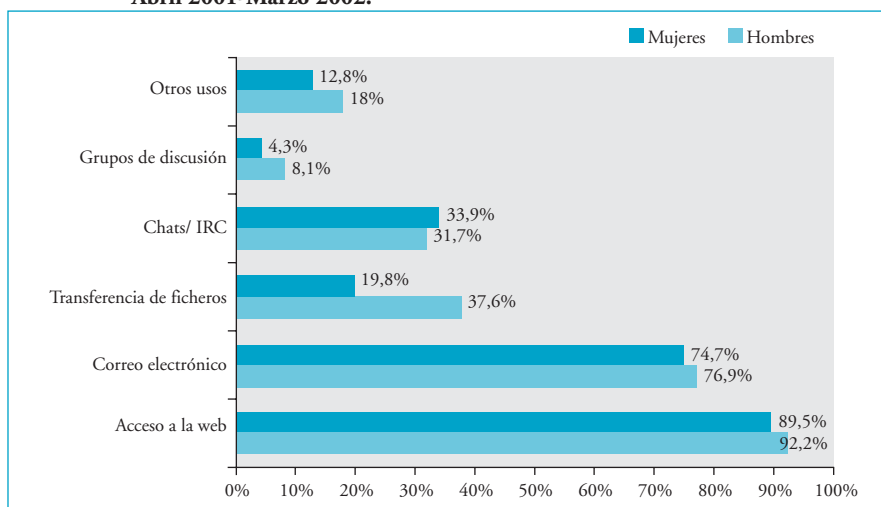
Realizando una comparación entre las actividades más habituales realizadas en Internet por hombres y mujeres, los hombres hacen en general mayor uso de los servicios proporcionados por Internet. Las actividades en las que las mujeres superan a los varones son las consultas de ocio y tiempo libre (TV, cine, espectáculos), y la compra o reserva de entradas para cines y espectáculos.

La diferencia más notable entre uno y otro sexo se da en la descarga de archivos musicales (el 33% de los hombres y el 19% de las mujeres encuestados afirman practicar esta actividad habitualmente), (CIS, 2001).

Según datos del EGM, las mujeres españolas superan a los hombres en la participación en chats, siendo menor su actividad para el resto de los servicios, como el correo electrónico, acceso a la Web, transferencia de ficheros, etc.

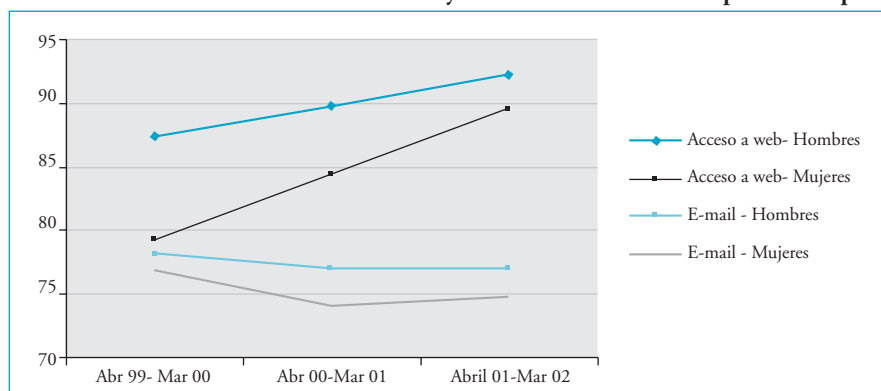
Observando la evolución de los usos de Internet en los últimos tres años, se aprecia que si bien las mujeres continúan con tasas de utilización inferiores a las de los varones en el uso de servicios básicos, y su incorporación a la red fue posterior, las tasas de crecimiento interanual en el acceso a la Web son superiores.

Gráfico 2.7. Uso de servicios de Internet en el último mes, por sexo. España. Abril 2001-Marzo 2002.



Fuente: EGM. Abril de 2001-Marzo 2002. AIMC.

Gráfico 2.8. Evolución en el acceso a la Web y uso del correo electrónico por sexo. España.

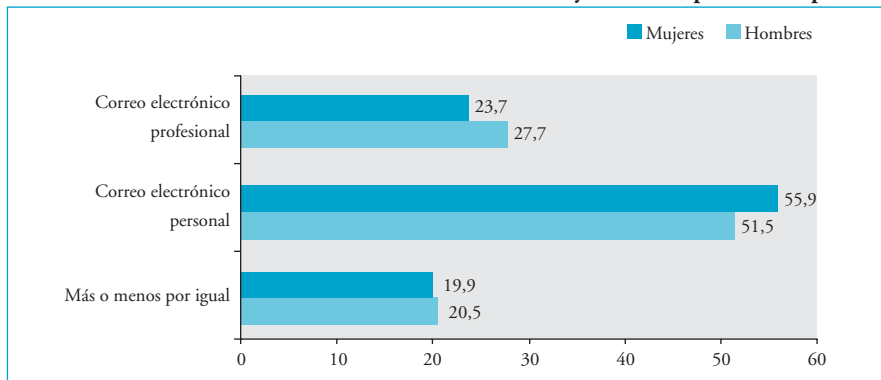


Fuente: EGM. Datos correspondientes a años móviles.

Respecto a la evolución en el uso del correo electrónico, que desciende notablemente entre abril del 2000 y marzo de 2001, el gráfico siguiente muestra una situación diferenciada entre hombres y mujeres, por lo que resulta más difícil la equiparación entre sexos para el uso de este recurso.

La mitad de los correos electrónicos enviados y recibidos son de carácter personal, destacándose esta utilización ligeramente en el caso de las mujeres.

Gráfico 2.9. Carácter de los correos electrónicos enviados y recibidos, por sexo. España.

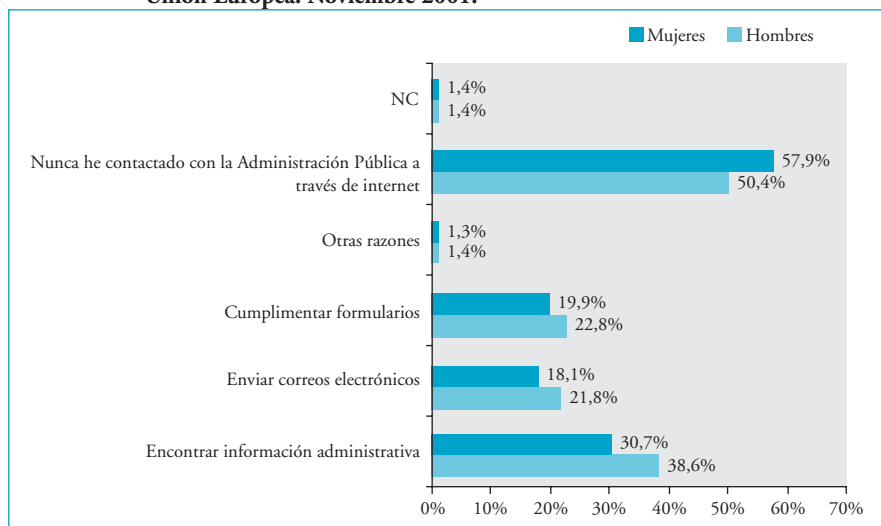


Fuente: CIS (2001) Barómetro Septiembre de 2001.

La pregunta planteada en la encuesta fue: Respecto a los correos electrónicos que envía o recibe ¿son en su mayor parte personales o profesionales?

Por otra parte, respecto a las relaciones establecidas mediante Internet con la Administración Pública, un 58% de las mujeres dice no haber realizado contacto alguno mediante esta vía, mientras el porcentaje en el caso de los hombres desciende al 50%.

Gráfico 2.10. Relaciones con la Administración Pública a través de Internet, por sexo. Unión Europea. Noviembre 2001.



Fuente: Eurobarometer 112. Internet and the general public. Noviembre de 2001. European Commission.

La pregunta que se planteó fue: ¿Ha contactado usted alguna vez con la Administración Pública a través de Internet para.....?

De los indicadores de género aquí presentados se deduce que el ritmo de integración de las mujeres a la sociedad de la información es más lento que el de los hombres, contemplándose diferencias significativas en cuanto a la disponibilidad de

equipamiento básico y nivel de uso, lo cual es reflejo de las diferencias sociales y culturales de género existentes en la sociedad.

1.4. PERFIL DE LA USUARIA DE INTERNET ESPAÑOLA

Una vez puestas de manifiesto las diferencias de género, nos centramos en los usos y comportamientos específicos de las mujeres en Internet, atendiendo a variables socioeconómicas de importancia, con el objetivo de obtener información sobre posibles tendencias sociales en el uso de la red en un futuro próximo.

En este sentido, la edad es una variable de importancia en la disponibilidad y uso de las tecnologías de la información. En el grupo de edad comprendido entre los 18 y los 24 años se encuentra el mayor número de usuarias de TIC. La tecnología utilizada por más mujeres jóvenes es el teléfono móvil (el 86% de ellas tiene un móvil). Respecto al resto de tecnologías: los grupos de las más jóvenes y las mujeres con edades comprendidas entre 25 y 34 años concentran un mayor número de usuarias de ordenador personal, (el 54% de las mujeres entrevistadas en ambos grupos lo utilizan personalmente), de Internet (el 40% de las jóvenes y el 36% del grupo 25-34 años) y, en menor medida, de correo electrónico (el 34 y 32%, respectivamente).

A pesar de ser el grupo mayoritario de usuarias de TIC, las más jóvenes hacen un uso menos intensivo, tanto del PC como del acceso a Internet y el correo electrónico, que otros grupos de mujeres de mayor edad, lo que puede deberse a la menor tasa de incorporación al mercado laboral de las más jóvenes. Son el grupo que menos utiliza el correo electrónico diariamente y su uso del PC todos los días es también reducido (36%) en comparación con la frecuencia de uso del resto de las mujeres. Mientras el 31% de las mujeres en general se conectan a Internet todos los días, este porcentaje se reduce al 22% de las mujeres con edades entre 18 y 24 años. Sin embargo, las más jóvenes están a la cabeza como usuarias intensivas del teléfono móvil.

Respecto a la frecuencia de uso, independientemente del número de usuarias de TIC por tramos de edad, es destacable que son más las mujeres entre 25 y 34 años que utilizan el PC diariamente que las jóvenes. Esto puede obedecer a que el ordenador se ha convertido en una herramienta imprescindible en el ámbito laboral, mientras que las mujeres jóvenes, previsiblemente estudiantes, usan esta herramienta con menos frecuencia. Por otro lado, las más jóvenes no tienen, en general, ordenador propio y deben compartirlo con otros miembros de la familia, otros estudiantes, etc. Una mayor actividad laboral explicaría igualmente que sea el grupo de mujeres con edades entre 25 y 34 años al que corresponde una mayor frecuencia en el uso de Internet (el 40% de las usuarias en este tramo de edad acude a la Web diariamente), no siendo el grupo de edad con mayor número de

usuarias (el 36% de las mujeres de 25-34 accede y usa la red, frente a un 40% de jóvenes, 18-24 años).

Por otra parte, del reducido grupo de usuarias de TIC con edades comprendidas entre 45-54 años (apenas supera el 10% de las entrevistadas en el caso de Internet y el correo electrónico y no llega al 20% para el uso del ordenador), destaca su uso intensivo de las TIC: un 38% de las mujeres entrevistadas dice utilizar Internet diariamente, un 56% usa el PC todos los días y un 35% envía y recibe correos electrónicos diariamente.

Tabla 2.10. Mujeres con disponibilidad de TIC y frecuencia diaria de uso, por edad. España.

Disponen de	Total	18-24 años	25-34 años	35-44 años	45-54 años	55-64 años	65 y más
Teléfono móvil ⁽¹⁾	54,2%	86,2%	80,9%	67,9%	54,7%	35%	13,8%
Ordenador personal ⁽²⁾	27,4%	54,1%	54,1%	35,3%	18,8%	6,3%	1%
Conexión a Internet ⁽³⁾	18,2%	40,3%	35,8%	23,2%	10,9%	3,1%	0,3%
Correo electrónico ⁽⁴⁾	16,4%	34%	32,7%	21,9%	10,4%	2,5%	-
..... y lo utilizan todos los días	Total	18-24 años	25-34 años	35-44 años	45-54 años	55-64 años	65 y más
Teléfono móvil	48,5%	68,6%	53,8%	43,4%	39%	26,8%	26,8%
Ordenador personal	47,9%	36%	53,2%	53,2%	55,6%	20%	-
Conexión a Internet	31,1%	21,9%	39,1%	28,8%	38,1%	-	-
Correo electrónico	26,5%	18,5%	33,3%	22,4%	35%	-	-

Fuente: CIS (2001) Barómetro Septiembre de 2001.

(1) Los datos corresponden a la pregunta: ¿Tiene usted teléfono móvil?

(2) Los datos corresponden a la pregunta: ¿Utiliza personalmente el ordenador?

(3) Los datos corresponden a la pregunta: ¿Sabe usted lo que es Internet y lo utiliza?

(4) Los datos corresponden a la pregunta: ¿Sabe usted lo que es el correo electrónico y lo utiliza?

La tecnología más utilizada por las españolas, es, siguiendo el patrón general de uso en nuestro país, el teléfono móvil. Las razones principales por las que las mujeres utilizan el móvil son, en este orden, para conversar con amigos o familiares (63% de las mujeres encuestadas), para estar localizada en caso de avisos urgentes (35%) y para utilizarlo en caso de necesidad (26%).

Por su parte, el ordenador personal y el acceso a Internet no se han difundido especialmente entre las mujeres españolas. Así, el 61,4% de las españolas no utiliza Internet aun conociéndolo y más de la mitad de las encuestadas (52,6%) afirma conocer el correo electrónico, pero no usarlo. Destaca especialmente el dato de las más jóvenes. En el grupo de edad comprendido entre 18 y 24 años, el 60% de las mujeres entrevistadas decía no utilizar el correo electrónico, lo que se puede deber a una mayor utilización de otras tecnologías como el teléfono móvil (voz y envío de mensajes).

Tabla 2.11. Mujeres que conocen y usan Internet y el correo electrónico, por edad. España.

	Total	18-24 años	25-34 años	35-44 años	45-54 años	55-64 años	65 y más
INTERNET⁽¹⁾							
Sí, lo sabe y lo utiliza	18,2%	40,3%	35,8%	23,2%	10,9%	3,1%	0,3%
Sí, lo sabe pero no lo utiliza	61,4%	57,9%	59,9%	69,2%	79,2%	65,6%	45%
No sabe lo que es	20,4%	1,9%	4,3%	7,6%	9,9%	31,3%	54,7%
CORREO ELECTRÓNICO⁽²⁾							
Sí, lo sabe y lo utiliza	16,4%	34%	32,7%	21,9%	10,4%	2,5%	-
Sí, lo sabe pero no lo utiliza	52,6%	60,4%	59,1%	65,2%	65,1%	48,1%	27,5%
No sabe lo que es	31,1%	5,7%	8,2%	12,9%	24,5%	49,4%	72,5%

Fuente: CIS (2001) Barómetro Septiembre de 2001.

(1) Los datos corresponden a la pregunta: ¿Sabe usted lo que es Internet?

(2) Los datos corresponden a la pregunta: ¿Sabe usted lo que es el correo electrónico?

Las jóvenes que utilizan el correo electrónico lo hacen fundamentalmente para contactos personales (el 76% de los correos tiene carácter personal). Las mujeres con edades comprendidas entre 35 y 54 años, sin embargo, hacen un uso profesional del correo electrónico cercano al uso personal.

Tabla 2.12. Carácter de los correos electrónicos enviados y recibidos por mujeres, por edad. España.

	18-24 años	25-34 años	35-44 años	45-54 años	55-64 años
Correos electrónicos personales	75,9%	53,6%	40,8%	45%	75%
Correos electrónicos profesionales	5,6%	25%	38,8%	35%	-
Más o menos por igual	18,5%	20,2%	20,4%	20%	25%
No contesta	-	1,2%	-	-	-

Fuente: CIS (2001) Barómetro Septiembre de 2001.

Respecto a las mujeres que no utilizan el ordenador, cerca de un 30% afirma no estar interesada por la herramienta, mientras un 19% argumenta no necesitar el PC en su trabajo o profesión.

Un aspecto preocupante de los datos del Barómetro del CIS es el relacionado con el grupo de edad más joven (18-24 años) y el grupo de mujeres que podríamos clasificar como incipiente en el mercado laboral (mujeres con 25-34 años y con una experiencia laboral no superior a los 10 años de media), ya que en ambos se da un elevado porcentaje de mujeres que dicen no utilizar el ordenador personal por no haber tenido ocasión (33% y 29%, respectivamente).

Tabla 2.13. Razón principal por la que las mujeres no utilizan ordenador e Internet, por edad. España.

	Ordenador Personal						Internet					
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 y +	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 y +
Son difíciles de manejar	4,1%	4,2%	12,4%	13,5%	12%	6,1%	-	-	-	-	-	-
No lo necesito en mi vida privada	-	-	-	-	-	-	19,6%	27,3%	31%	42,1%	38,1%	30,6%
No lo necesito en mi trabajo / profesión	31,5%	33,9%	33,8%	25%	12%	3,1%	6,5%	20,1%	11,6%	10,5%	3,8%	3%
No tengo equipo necesario	-	-	-	-	-	-	39,1%	23,4%	21,3%	13,2%	10,5%	5,2%
No tengo tiempo para usarlo	-	-	-	-	-	-	8,7%	5,2%	3,9%	2%	4,8%	1,5%
Soy mayor para aprender a manejarlo	-	-	2,8%	7,1%	26,7%	51,4%	-	-	-	-	-	-
Es muy caro	-	-	-	-	-	-	4,3%	4,5%	5,8%	2,6%	1,9%	2,2%
No tengo tiempo para aprender a usarlo/no sé usarlo	-	-	-	-	-	-	4,3%	8,4%	11,6%	13,8%	12,4%	16,4%
No me interesa	24,7%	22%	22,8%	35,3%	34,7%	32%	17,4%	9,1%	12,3%	13,8%	26,7%	40,3%
Nunca he tenido ocasión	32,9%	28,8%	22,8%	17,9%	12%	4,4%	-	-	-	-	-	-
Otras razones	5,5%	5,9%	5,5%	0,6%	1,3%	0,7%	-	0,6%	0,6%	0,7%	1%	0,7%
N.C.	1,4%	5,1%	-	0,6%	1,3%	2,4%	-	1,3%	1,9%	1,3%	1%	-

Fuente: CIS (2001) Barómetro Septiembre de 2001.

Base: Mujeres no utilizadoras de ordenador e Internet.

En cuanto a Internet, la principal razón argumentada por las mujeres que no están conectadas es que esta herramienta no es necesaria para su vida privada. Ésta es la razón principal que manifiestan las mujeres desde 25 a 64 años. Las más jóvenes, sin embargo, aducen no tener un equipo adecuado para la conexión a Internet.

Por otra parte, el grupo de mujeres no usuarias de Internet que en un porcentaje más elevado declara no tener interés en la red se localiza entre las mayores de 65 años.

El nivel de estudios es otra de las variables socioeconómicas de interés para analizar la difusión del uso de las TIC entre las mujeres.

Según el Barómetro del CIS, las mujeres sin estudios no son usuarias de TIC, sobre todo de PC, Internet y correo electrónico. De hecho, el 57% de las mujeres entrevistadas sin estudios afirma no saber lo que es Internet (tabla 2.15.). Se trata también del grupo con menor disponibilidad de teléfono móvil y menor frecuencia de uso de éste (tabla 2.14.).

Las mujeres con estudios primarios presentan unos índices ligeramente superiores: el 36% de las entrevistadas dispone de teléfono móvil, si bien no se alcanza el 5% en el uso del ordenador personal y menos de 2% está conectada a Internet y utiliza el correo electrónico. El grado de desconocimiento de la red Internet es también muy alto para este nivel de estudios (33%).

La perspectiva cambia considerablemente al aumentar el nivel de estudios. Así, un tercio de las mujeres entrevistadas con estudios secundarios usa el PC, porcentaje que aumenta en el caso de las mujeres procedentes de formación profesional (42%). Una de cada cuatro mujeres con niveles de formación secundaria accede a Internet y el correo electrónico.

Respecto a los niveles educativos superiores, tres cuartas partes de las universitarias utilizan el PC, y la mitad de ellas están conectadas a Internet y son usuarias de correo electrónico (los porcentajes de disponibilidad y uso son mayores para las universitarias de grado superior). La frecuencia de uso de las TIC por parte de estas mujeres es muy intensa (más de la mitad de ellas utiliza el ordenador todos los días, y una tercera parte se conecta a Internet diariamente).

Tabla 2.14. Mujeres con disponibilidad de TIC y frecuencia diaria de uso, por nivel de estudios. España.

Disponen de ...	Total	Sin estudios	Primaria	Secundaria	E.P.	Medios Universitarios	Superiores	Otros no reglados
Teléfono móvil ⁽¹⁾	54,2%	13,6%	36,4%	67,1%	79,8%	83%	78,5%	57,1%
Ordenador personal ⁽²⁾	27,4%	0,5%	4,5%	31%	41,7%	72,3%	84,8%	42,9%
Conexión a Internet ⁽³⁾	18,2%	0,5%	1,9%	18,9%	26,2%	51,1%	69,6%	14,3%
Correo electrónico ⁽⁴⁾	16,4%	0,9%	1,6%	16%	22%	52,1%	62%	14,3%
... y lo utilizan todos los días								
	Total	Sin estudios	Primaria	Secundaria	E.P.	Medios Universitarios	Superiores	Otros no reglados
Teléfono móvil	48,5%	20,7%	32,5%	46,9%	50,7%	64,1%	74,2%	25%
Ordenador personal	47,9%	-	28,6%	43%	40%	54,4%	61,2%	66,7%
Conexión a Internet	31,1%	-	16,7%	25,6%	15,9%	35,4%	45,5%	100%
Correo electrónico	26,5%	-	20%	18,2%	10,8%	32,7%	40,8%	100%

Fuente: CIS (2001) Barómetro Septiembre de 2001.

(1) Los datos corresponden a la pregunta: ¿Tiene usted teléfono móvil?

(2) Los datos corresponden a la pregunta: ¿Utiliza personalmente el ordenador?

(3) Los datos corresponden a la pregunta: ¿Sabe usted lo que es Internet y lo utiliza?

(4) Los datos corresponden a la pregunta: ¿Sabe usted lo que es el correo electrónico y lo utiliza?

Tabla 2.15. Conocimiento y utilización de Internet. Mujeres, según nivel de estudios. España

	Total	Sin estudios	Primaria	Secundaria	E.P.	Medios Universitarios	Superiores	Otros no reglados
Sí, lo sabe y lo utiliza	18,2%	0,5%	1,9%	18,9%	26,2%	51,1%	69,9%	14,3%
Sí, lo sabe pero no lo utiliza	61,3%	42,1%	65,2%	73,4%	71,4%	48,9%	30,4%	71,4%
No sabe lo que es	20,4%	57,5%	32,9%	7,7%	2,4%	-	-	14,3%

Fuente: CIS (2001) Barómetro Septiembre de 2001.

La pregunta formulada fue: ¿Sabe usted lo que es Internet?

Internet y el correo electrónico son herramientas valoradas especialmente por las mujeres con un nivel de estudios elevado (estudios universitarios, e incluso estudios secundarios). Las diferencias más notables de uso se encuentran en los servicios de valor añadido (gestiones bancarias, declaración de la renta, gestiones con la Administración a través de Internet) que son menos utilizados por las mujeres con niveles de formación primarios.

Tabla 2.16. Actividades para las que se utiliza Internet habitualmente. Mujeres, según nivel de estudios. España.

	Total	Sin estudios	Primaria	Secundaria	F.P.	Medios Universitarios	Superiores	Otros no reglados
Lectura de noticias de actualidad	46,4%	100%	50%	48,7%	43,2%	45,8%	43,6%	100%
Realizar gestiones bancarias	23%	-	-	19,2%	22,7%	22,9%	30,9%	100%
Comprar algún producto o servicio	10,6%	-	-	6,4%	9,1%	8,3%	20%	100%
Búsquedas de información y documentación	76,2%	-	66,7%	76,9%	68,2%	85,4%	76,4%	100%
Juegos en red	10,6%	-	6,7%	12,8%	6,8%	8,3%	10,9%	100%
Consultas de ocio y tiempo libre (TV, cine, espectáculos)	42,6%	-	-	46,2%	36,4%	50%	41,8%	100%
Compra o reserva de entradas para cines, espectáculos	14,9%	-	33,3%	14,1%	13,6%	3%	21,8%	100%
Consulta a páginas de contenido erótico	1,3%	-	16,7%	-	-	-	1,8%	100%
Descarga de archivos musicales (MP3)	18,7%	-	33,3%	19,2%	20,5%	22,9%	10,9%	100%
Envío de mensajes a móviles	28,5%	-	33,3%	29,5%	20,5%	31,3%	30,9%	100%
Búsquedas de empleo	17,4%	-	16,7%	12,8%	18,2%	20,8%	20%	100%
Gestiones con la Administración (padrón, Seguridad Social, certificados)	14%	-	-	10,3%	20,5%	10,4%	18,2%	100%
Videoconferencia	1,7%	-	-	2,6%	2,3%	-	1,8%	-
Realizar Declaración de la Renta	12,3%	-	-	10,3%	9,1%	12,5%	20%	-
Otras respuestas	7,2	-	-	6,4%	4,5%	8,3%	10,9%	-
TOTAL		(1)	(6)	(78)	(44)	(48)	(55)	(1)

Fuente: CIS (2001) Barómetro Septiembre de 2001.

Nota: La pregunta formulada fue: ¿Para cuáles de las siguientes actividades utiliza Internet habitualmente? (Multirrespuesta). Nótese la escasa representatividad de las respuestas en los tramos "Sin estudios" y "Otros estudios no reglados", que reflejan las actividades realizadas en Internet por un solo individuo para cada uno de los casos.

Si bien el nivel de formación es decisivo para la incorporación de la mujer a la sociedad de la información (**tabla 2.15.**), un elemento fundamental para su uso es la utilidad práctica de estas herramientas para la usuaria. Así, sorprende que cerca de un 42% de las mujeres con estudios universitarios superiores y el 39% de universitarias de ciclo medio que no utilizan el ordenador afirmen no estar interesadas en esta herramienta, mientras que una de cada cuatro mujeres universitarias que no utilizan el PC dice no hacerlo por no necesitarlo en su trabajo o profesión.

Por su parte, una de cada tres mujeres no usuarias de TIC entrevistadas con niveles de estudios primarios y sin estudios afirma no estar interesada en Internet, y un porcentaje similar opina no necesitarlo en su vida privada. Una de cada cuatro mujeres sin estudios afirma no tener tiempo para aprender a usarlo o no saber usarlo.

Tabla 2.17. Razón principal por la que las mujeres no utilizan ordenador e Internet, por nivel de estudios. España.

	Ordenador Personal										Internet					
	Sin estudios					Medios Universitarios					Sin estudios			Medios Universitarios		
	Primaria	Secundaria	E.P.	Medios Universitarios	Superiores	Sin estudios	Primaria	Secundaria	E.P.	Medios Universitarios	Superiores	Medios Universitarios	Superiores			
Es difícil de manejar	10,8%	8%	9,5%	7,1%	3,8%	-	-	-	-	-	-	-	-			
No lo necesito en mi vida privada	-	-	-	-	-	28,9%	37,3%	29,7%	32,5%	26,1%	-	-	37,5%			
No lo necesito en mi trabajo/profesión	1,4%	13,7%	30,6%	37,8%	23,1%	2,2%	3,4%	14,2%	10,8%	21,7%	-	-	12,5%			
No tengo equipo necesario	-	-	-	-	-	7,8%	10,8%	24,8%	20,8%	21,7%	-	-	12,5%			
No tengo tiempo para usarlo	-	-	-	-	-	2,2%	1,5%	4,3%	8,3%	6,5%	-	-	4,2%			
Soy mayor para aprender a manejarlo	40,8%	32,1%	6,3%	2%	11,5%	-	-	-	-	-	-	-	-			
Es muy caro	-	-	-	-	-	4,4%	3,9%	2%	7,5%	4,3%	-	-	-			
No tengo tiempo para aprender a usarlo/ no sé usarlo	-	-	-	-	-	22,2%	11,3%	11,2%	7,5%	4,3%	-	-	8,3%			
No me interesa	37,6%	31,4%	23,6%	23,5%	38,5%	41,7%	30,4%	12,5%	10%	15,2%	-	-	12,5%			
Nunca he tenido ocasión	6,6%	12,4%	23,9%	23,5%	15,4%	16,7%	-	-	-	-	-	-	-			
Otras razones	0,9%	1,3%	3,5%	5,1%	3,8%	16,7%	-	0,5%	0,3%	0,8%	-	-	8,3%			
N.C.	1,9%	1%	2,5%	1%	3,8%	-	1%	1%	1,7%	-	-	-	4,2%			

Fuente: CIS (2001) Barómetro Septiembre de 2001.

Base: Mujeres no usuarias de ordenador e Internet.

2. CONCLUSIONES

Existe una gran distancia entre el grado de desarrollo de la sociedad de la información en España y el de los países de la Unión Europea, y también entre el de éstos y el de Estados Unidos. Así, mientras cerca del 60% de los ciudadanos de Estados Unidos está conectado a la red, en Europa este porcentaje desciende a una tercera parte de la población, y en España sólo una quinta parte de la población es internauta. El único ámbito relacionado con el acceso a la sociedad de la información en el que España destaca notablemente frente a Estados Unidos y Japón, y se sitúa cerca de la media europea, es el de la telefonía móvil. No obstante, esta tecnología no se ha convertido aún en un elemento relevante para el acceso a los servicios y contenidos de Internet.

La situación en Andalucía respecto a la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación evidencia un panorama de retraso respecto a la situación registrada en el conjunto nacional, si bien las posiciones se están acercando a la media para algunos indicadores. Así, la penetración de Internet en Andalucía se situó en 2002 dos puntos por debajo de la media nacional (20,3% frente a 22,6%, respectivamente).

De los indicadores de género aquí presentados se deduce que el ritmo de integración de las mujeres a la sociedad de la información es más lento que el de los hombres, contemplándose diferencias significativas en cuanto a la disponibilidad de equipamiento básico y nivel de uso, reflejo de las diferencias sociales y culturales de género existentes en la sociedad. Entre 1997 y 2002 las mujeres españolas han pasado a representar del 30% al 43% de la población internauta total.

En general, las mujeres españolas usan menos las tecnologías de la información y la comunicación que los hombres. La mayor diferencia entre uno y otro sexo se da en el uso del ordenador personal. Sin embargo, respecto a la frecuencia de uso de estas tecnologías, las pautas de comportamiento entre hombres y mujeres son similares: se utiliza con mayor frecuencia el teléfono móvil y el ordenador, mientras el uso de Internet y el correo electrónico es menos frecuente.

El ordenador personal y el acceso a Internet no se han difundido especialmente entre las mujeres españolas. Así, cerca de las dos terceras partes de las españolas no utiliza Internet, aun conociéndolo, y más de la mitad de las mujeres afirma conocer el correo electrónico, pero no usarlo.

El nivel de formación es decisivo para la incorporación de la mujer a la sociedad de la información. Una tercera parte de las mujeres entrevistadas con un nivel

primario de estudios afirma no estar interesada en Internet, y un porcentaje similar opina no necesitarlo en su vida privada. Una de cada cuatro mujeres con este nivel de formación afirma no tener tiempo para aprender a usarlo o no saber usarlo.

El análisis de la usuaria española de Internet pone de manifiesto que el perfil de usuaria intensiva de las TIC corresponde a una mujer con un nivel de estudios alto (frecuentemente, estudios universitarios) y una edad comprendida entre los 25 y los 44 años. Por su parte, las mujeres más jóvenes (18-24 años) son las que hacen un uso más intensivo del teléfono móvil, pero utilizan menos habitualmente Internet y el correo electrónico, lo que puede deberse a una menor incorporación al mercado laboral.

Del análisis realizado se puede concluir que el acceso a la sociedad de la información por parte de las mujeres españolas se irá generalizando a medida que más mujeres se incorporen al mercado laboral y utilicen las TIC como herramientas de uso profesional.



3

Las mujeres activas en Andalucía: Empleo y empresarias

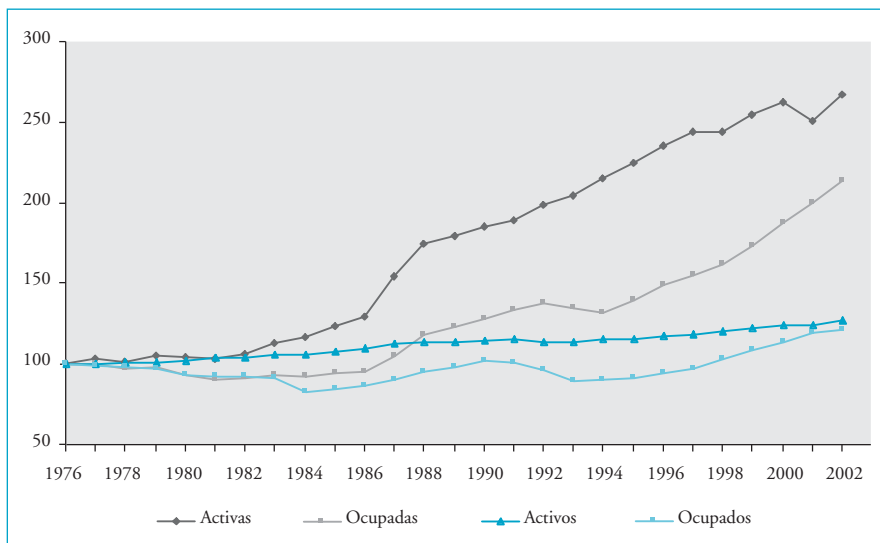
En este capítulo se efectúa una aproximación a las condiciones del contexto en que las mujeres innovadoras andaluzas ejercen su actividad: el mercado de trabajo y el empresariado femenino. Para analizar la posición de las mujeres en el mercado de trabajo se han elaborado los datos que ofrece la Encuesta de Población Activa para el ámbito de Andalucía. Se examinan las variaciones del empleo femenino, su distribución y concentración según sectores y ocupación profesional, así como la existencia de segregación horizontal y vertical desde el punto de vista de las TIC. Para el empresariado femenino se recogen los principales resultados del *Estudio del empresariado femenino en Andalucía y diagnóstico de necesidades competitivas*¹ (Rodríguez, P. *et al*, 2003) realizado por el Instituto de Desarrollo Regional.

1. LA POSICIÓN DE LAS MUJERES EN EL MERCADO LABORAL ANDALUZ Y SU RELACIÓN CON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC)

El comportamiento del mercado de trabajo andaluz presenta una clara diferenciación en función del sexo, siendo la evolución en estas últimas décadas mucho más favorable para el colectivo de mujeres que para el de hombres (Rodríguez, P., 2000). A lo largo del período 1976-2002, los hombres incrementan el tamaño de su población activa el 27%, mientras que las mujeres andaluzas lo han hecho con una intensidad seis veces superior, un 167%. Por otro lado, aunque los hombres han mantenido en general su volumen de empleo, han experimentado descensos de hasta un 17% en épocas de crisis, y crecimientos limitados en épocas de expansión, con un saldo final del 22% de incremento. Sin embargo, las mujeres ocupadas han aumentado en un 114% (gráfico 3.1.).

1. Este estudio se realizó a partir de datos primarios obtenidos mediante una encuesta, con un error muestral del 3,9% y un nivel de confianza del 95,5% para Andalucía, a empresarias y autónomas distribuidas proporcionalmente (según datos de la EPA) entre todas las provincias andaluzas y los cuatro grandes sectores de actividad.

Gráfico 3.1. Evolución de las magnitudes básicas del mercado de trabajo en Andalucía según sexo. Año base 1976=100.



Fuente: INE, EPA-2003, media anual.

En este sentido, la **tabla 3.1.** describe la participación de cada uno de estos colectivos en los agregados laborales básicos de los cinco grandes periodos en que podemos dividir la evolución del mercado laboral del último cuarto de siglo. Primero se presentan las variaciones en términos absolutos de las poblaciones totales en edad de trabajar, activa, ocupada, parada² e inactiva. A continuación, se calcula en qué porcentaje contribuye cada colectivo a la variación total experimentada.

Tabla 3.1. Variación absoluta de las magnitudes laborales básicas en Andalucía y participación porcentual de cada sexo en la variación total.

Ambos sexos	Variación absoluta (miles de personas)				
	Total	Activos	Ocupados	Parados	Inactivos
76-85	674,37	219,93	-233,04	452,98	453,60
85-91	469,43	398,31	380,96	17,35	87,52
91-94	204,50	113,92	-151,95	65,87	100,85
94-2000	386,39	349,40	539,42	-190,02	47,37
2000-02	118,26	89,00	211,95	-118,43	49,33

Continúa

2. Los datos de paro desde el primer trimestre de 2001 en adelante reflejan la nueva definición de paro establecida en el Reglamento 1897/2000 de la CE y no son directamente comparables con los de periodos anteriores.

Continuación

Porcentaje de cada sexo sobre el total de la variación

Mujeres	T. Mujeres	Activas	Ocupadas	Paradas	Inactivas
76-85	49,43	45,74	8,90	26,79	51,31
85-91	50,25	72,16	40,84	759,77	-58,89
91-94	51,08	100,25	4,28	45,40	-9,67
94-2000	51,00	60,32	41,38	6,56	-28,94
2000-02	51,16	32,21	42,90	48,77	64,41
Hombres	T. Hombres	Activos	Ocupados	Parados	Inactivos
76-85	50,57	54,26	91,10	73,21	48,69
85-91	49,75	27,84	59,16	-659,77	158,89
91-94	48,92	-0,25	95,72	54,60	109,67
94-2000	49,00	39,68	58,62	93,44	128,94
2000-02	48,84	67,79	57,10	51,23	35,59

Fuente: INE. EPA-2003. Media anual.

Como puede observarse en dicha tabla, durante todo el periodo considerado se produce un reparto casi equilibrado por sexo de las variaciones de la población andaluza en edad de trabajar, con un moderado sesgo en favor de los hombres hasta los años ochenta y de las mujeres a partir de la década de los noventa. Pese a este casi común punto de partida, uno y otro sexo se diferencian notablemente tanto en sus decisiones de participación como en los resultados a los que éstas conducen.

El primer periodo (1976-1985) se caracteriza por el protagonismo masculino. La evolución de las magnitudes laborales básicas de los hombres explica mayoritariamente los cambios en la población ocupada (91%) y desempleada (73%). No así la población activa (54%). Todo ello beneficia a las mujeres, pues es ésta una época de crisis en la que la ocupación disminuye y el paro aumenta considerablemente, especialmente entre los hombres.

En el resto de periodos, tanto expansivos como recesivos, la evolución de la población activa se debe mayoritariamente al aumento de la participación femenina, si bien en el último periodo el aumento de la población activa masculina representa un 68% de la variación global, mientras que la femenina sólo aportaba el 32% restante.

Lo anterior se traduce en distintas consecuencias en términos de ocupación. En los periodos expansivos la creación de empleo se reparte de manera muy similar entre hombres y mujeres, aunque favoreciendo levemente a los hombres (en torno al 55-60% y alrededor del 40%, respectivamente). Las recesiones acentúan la destrucción de empleo sobre los hombres, puesto que el 91% de los 233.400 empleos perdidos en 1976-85 y el 96% en 1991-94 se producen entre la población masculina.

Algo similar sucede en términos de desempleo, en la medida en que las reducciones del paro en épocas de expansión afectan con mucha mayor intensidad a los hombres que a las mujeres, cuyo volumen de paro no disminuye sino a partir del penúltimo de los períodos. El incremento del paro femenino no se debe únicamente al fuerte ascenso de la tasa de actividad de las mujeres, sino también a la presencia en el mercado de trabajo andaluz de un sesgo favorable al empleo masculino, puesto que el número de hombres ocupados aumenta en mayor medida que el de las mujeres.

En conclusión, estos distintos comportamientos se han traducido en pautas de evolución marcadamente diferentes para hombres y mujeres en términos de tasas de actividad, empleo (porcentaje de la población en edad de trabajar que se encuentra ocupada) y paro (porcentaje de la población activa que está desempleada), como puede comprobarse en la **tabla 3.2**.

Tabla 3.2. Evolución de las tasas de actividad, empleo y paro según sexo en Andalucía.

	Mujeres			Hombres		
	T. Actividad	T. Empleo	T. Paro	T. Actividad	T. Empleo	T. Paro
1976	20,63	18,87	8,56	76,08	68,46	10,02
1985	21,93	15,47	29,48	70,03	49,20	29,74
1991	30,68	19,89	35,18	67,96	53,53	21,23
1994	33,62	18,91	43,74	65,38	46,02	29,62
2000	38,45	25,12	34,65	65,91	54,09	17,93
2002	38,62	27,60	28,91	66,67	57,19	14,22

Fuente: INE. EPA-2003. Media anual.

Mientras que los hombres han reducido su tasa de actividad en casi 10 puntos porcentuales (desde niveles del 76% hasta los actuales del 66%), las mujeres la han duplicado, aumentado la frecuencia de sus decisiones de participación en la elevada cifra de 18 puntos (desde el 20% hasta el 38%). A pesar de ello, todavía persiste un sesgo en contra de las mujeres de 28 puntos porcentuales. Por otra parte, la tasa de empleo masculina ha experimentado un notable descenso, perdiendo 12 puntos (desde el 68,5 hasta el 57% actual). Por el contrario, las mujeres han incrementado esta tasa en 8,7 puntos, desde el 18,9% hasta el 27,6% en 2002, aunque la distancia respecto a la tasa masculina es todavía de 29,59 puntos, equivalente a la diferencia en las tasas de actividad.

Por último, mientras que las mujeres han aumentado su tasa de paro en 20,36 puntos, los hombres lo han hecho tan sólo en 4,2, de forma que el diferencial de desempleo entre sexos se ha visto incrementado desde 1,47 puntos en 1976 a 14,69 puntos en 2002.

En definitiva, el cambio de comportamiento de las mujeres andaluzas en lo que se refiere a sus decisiones laborales es el elemento más relevante de la evolución del mercado de trabajo, y se concreta en el fuerte incremento de la población activa femenina y su correspondiente tasa de actividad.

1.1. LA POSICIÓN LABORAL DE LA MUJER ANDALUZA CON RELACIÓN A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

EL EMPLEO FEMENINO POR RAMAS DE ACTIVIDAD SEGÚN INTENSIDAD TECNOLÓGICA

A continuación, se examina la posición del empleo femenino por ramas de actividad atendiendo a su intensidad tecnológica. Para ello, utilizamos la agrupación de sectores económicos en función de su intensidad tecnológica propuesta en el estudio *Andalucía ante la sociedad de la información*³.

Según este análisis, las ramas que destacan por su intensidad tecnológica en TIC son, en orden descendente, servicios a empresas, comunicaciones, I+D, maquinaria de precisión y material eléctrico, Administración Pública, servicios sanitarios, comercio y otros servicios. Como se puede observar, la mayoría son actividades de servicios, excepto una rama industrial, lo que indica una mayor penetración de las TIC en los procesos productivos del sector servicios. Y es precisamente en el sector terciario donde mayoritariamente se concentra el empleo femenino, lo cual significa que las mujeres ocupadas se encuentran en una buena posición en relación con los sectores con mayor difusión de las TIC.

La **tabla 3.3.** muestra la favorable evolución del empleo femenino desde 1993 a 2000 según la intensidad tecnológica de las ramas de actividad. Comprobamos que, aunque el empleo femenino crece en todas las ramas, lo hace más intensamente en aquéllas consideradas como de alta intensidad tecnológica. De hecho, si tomamos los totales de las ramas agrupadas, es el grupo de alta intensidad en donde más se incrementa el empleo femenino (48,19%), mientras que en el grupo de media intensidad tecnológica el empleo crece el 34,7%. Y es en las ramas de baja intensidad donde menos crece el empleo femenino. Estos comportamientos también se reflejan en el **gráfico 3.2.**

3. Esta agrupación se basa en el análisis de los inputs intermedios para cada rama a través de la observación de las Tablas Input-Output de Andalucía para los años 1990 y 1995, y considerando como inputs intermedios de alta tecnología a los sectores de maquinaria de precisión y material eléctrico, comunicaciones, servicios a empresas, e investigación y desarrollo. Para un mayor detalle sobre el indicador de intensidad tecnológica utilizado ver el Informe *Andalucía ante la sociedad de la información*. Sevilla: Consejo Económico y Social de Andalucía, 2002.

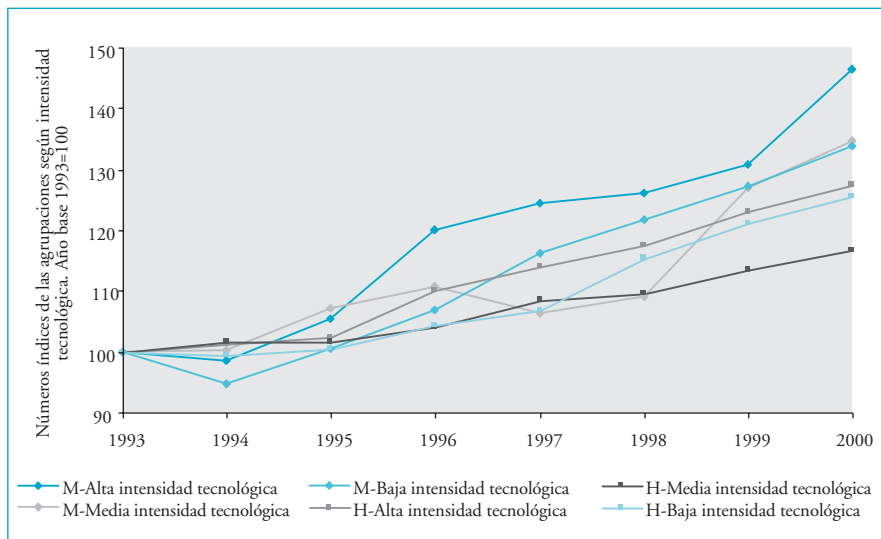
Tabla 3.3. Evolución del empleo femenino por sectores de actividad definidos según su intensidad tecnológica. Miles de personas.

Ramas de actividad según intensidad tecnológica	1993 Empleo		2000 Empleo		% Var. empleo	
	M	H	M	H	M	H
	Alta intensidad tecnológica	198,6	291,1	294,3	385,0	48,19
Construcción de maquinaria, material eléctrico, material de transporte e industrias manufactureras diversas	5,3	49,2	7,6	67,9	43,40	38,01
Administración Pública, educación, actividades sanitarias y veterinarias; servicios sociales	151,1	171,0	221,2	212,7	46,39	24,39
Intermediación financiera, actividades inmobiliarias y servicios empresariales	42,2	70,9	65,5	104,4	55,21	47,25
Media intensidad tecnológica	166,2	343,9	223,8	401,5	34,66	16,75
Industrias extractivas; refino de petróleo; industria química; transformación de caucho, metalurgia. Energía y agua	2,9	66,7	8,6	84,0	196,5	25,94
Comercio y hostelería	163,3	277,2	215,2	317,5	31,78	14,54
Baja intensidad tecnológica	162,7	534,3	208,4	655,8	28,09	22,74
Agricultura, ganadería, caza, selvicultura y pesca	39,8	183,5	55,9	185,1	40,45	0,87
Industrias de alimentación, bebidas y tabaco; textil y confección; cuero y calzado; madera y corcho; papel, edición y artes gráficas	31,4	73,3	37,0	69,6	17,83	-5,05
Construcción	5,1	155,0	8,9	256,0	74,51	65,16
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	7,7	81,6	12,1	90,4	57,14	10,78
Otros servicios; hogares que emplean personal doméstico y organismos extraterritoriales	78,7	40,9	94,5	54,7	20,08	33,74
Total	527,5	1.169	726,5	1.442	37,73	23,35

Fuente: IEA. EPA. Media anual.

Se observa que el empleo de las mujeres ha aumentado más que el masculino en todas las agrupaciones pero, sobre todo, lo ha hecho en la agrupación de alta intensidad tecnológica.

Gráfico 3.2. Evolución del empleo de mujeres y hombres en las ramas de actividad agrupadas según su indicador de intensidad tecnológica.



Fuente: IEA. EPA. Media anual.

A continuación, se analiza la distribución y concentración del empleo de mujeres y hombres, así como la segregación por sexo, según el nivel de intensidad tecnológica de las ramas de actividad. El **indicador de distribución**⁴, nos informa de la proporción que supone el empleo femenino dentro de cada rama de actividad. Se considera que una rama tiene carácter femenino cuando el valor del indicador es igual o superior al 50%. También obtendremos algunas conclusiones mediante la comparación entre la forma en que ha evolucionado este indicador y la evolución de la tasa de feminización global de la economía andaluza. Diremos que una rama de actividad ha experimentado un “crecimiento desproporcionado” (Wootton, 1997) en sus procesos de feminización cuando el indicador experimente una variación absoluta que doble en intensidad al crecimiento registrado por la tasa de feminización global del mercado de trabajo andaluz, que ha sido de 2,41 puntos porcentuales.

El segundo de los indicadores nos aporta una perspectiva complementaria a la anterior. Mediante el **indicador de concentración**⁵ sabremos cómo se reparte el

4. El indicador de distribución se define como el número de mujeres que trabajan en una determinada actividad, i , dividido por el empleo total de esa rama.

5. El indicador de concentración se define como el número de mujeres que trabajan en una determinada actividad, i , dividido por número total de mujeres empleadas.

empleo femenino entre los distintos componentes de la estructura productiva, de forma que podremos conocer las ramas de destino más y menos frecuentes para la mano de obra femenina.

Por último, el **indicador de segregación**⁶ refleja la existencia de desigualdad en la forma en que mujeres y hombres se distribuyen por ramas de actividad. Un signo positivo implica la existencia de segregación en favor de la mujer, en tanto que valores negativos señalan segregación en contra de la mujer. Además, el valor del indicador nos informa del porcentaje de mujeres que existe en cada rama, respecto a un valor unitario de hombres que se toma como referencia.

La **tabla 3.4.** presenta los resultados alcanzados en el cálculo de estos tres indicadores para 1993 y 2000. De acuerdo con sus datos, se concluyen las siguientes pautas fundamentales:

- El **indicador de distribución** muestra una mejor posición de las mujeres en el empleo respecto a los hombres, así como una evolución más positiva. Aunque el porcentaje de hombres ocupados en cada agrupación sigue siendo superior al de mujeres, éstas se distribuyen de una manera más favorable en relación con la penetración de la SI. Así, las ramas de actividad de alta intensidad tecnológica presentan el mayor porcentaje de mujeres respecto al empleo total, y su proporción es la que más se ha visto incrementada desde 1993 a 2000.
- El **indicador de concentración** muestra cómo el empleo femenino se ubica de manera más cercana a la SI, puesto que se concentra más en las agrupaciones de alta y media intensidad tecnológica que el de los hombres, cuyo empleo se concentra, sobre todo, en las ramas de baja intensidad tecnológica (un 53% en el año 2000).
- El **indicador de segregación** para cada año refleja la existencia de segregación en favor de la mujer en los grupos de alta y media intensidad tecnológica. En 1993, por cada 100 hombres ocupados, 151 mujeres se encontraban ocupadas en el grupo de alta intensidad tecnológica, y 107 mujeres, en el de media intensidad. En 2000, la situación mejora aún más para las mujeres, y por cada 100 ocupados hombres tendríamos 152 mujeres en el grupo de alta intensidad y 111 en el de media intensidad.

6. El indicador de segregación se define como el cociente entre el indicador de concentración femenino y masculino, menos 1. Este índice refleja la presencia de mujeres y hombres; que existiría en cada una de las ramas, bajo la hipótesis de que a nivel agregado hubiera el mismo número total de mujeres y hombres ocupados. Por ejemplo, un valor de -0,6 indica la existencia de 40 mujeres por cada 100 hombres, un valor de 0,6 indica la existencia de 160 mujeres por cada 100 hombres.

Tabla 3.4. Distribución, concentración del empleo femenino y masculino, y segregación por sexo para los sectores según su intensidad tecnológica en Andalucía.

	Distribución			Concentración			Segregación		
	1993	2000	Var. Abs.	1993	2000	Var. Abs.	1993	2000	Var. Abs.
Mujeres									
Alta intensidad tecnológica	40,56	43,32	2,77	37,65	40,51	2,86	0,51	0,52	0,01
Media intensidad tecnológica	32,58	35,79	3,21	31,51	30,81	-0,70	0,07	0,11	0,04
Baja intensidad tecnológica	23,34	24,11	0,77	30,84	28,69	-2,16	-0,32	-0,37	-0,04
Hombres									
Alta intensidad tecnológica	59,44	56,68	-2,77	24,90	26,69	1,80			
Media intensidad tecnológica	67,42	64,21	-3,21	29,41	27,84	-1,57			
Baja intensidad tecnológica	76,66	75,89	-0,77	45,69	45,47	-0,22			

Fuente: IEA. EPA. Media anual.

1.2 LA POSICIÓN LABORAL DE LA MUJER ANDALUZA EN LA ESTRUCTURA DE OCUPACIONES LABORALES

Para explicar la relación entre TIC y ocupaciones, de acuerdo con Colecchia y Papaconstantinou (1996) y siguiendo trabajos anteriores (Castaño *et al*, 1999), cabe establecer las siguientes relaciones entre ocupaciones laborales y tecnologías de la información y la comunicación:

- a) Trabajadores no manuales de alta cualificación (directivos, profesionales, técnicos y profesionales de apoyo): se trata de empleados que utilizan la información como materia prima. Por eso su relación con las tecnologías de la información es activa, ya que éstas constituyen las herramientas esenciales para la toma de decisiones y el incremento de la productividad y la calidad.
- b) Trabajadores no manuales de baja cualificación (administrativos, trabajadores de los servicios): su relación con estas tecnologías es más pasiva, pues se reduce en general a un uso muy elemental, habitualmente como meros introductores de datos en el canal de información. Asimismo, incluye a trabajadores que prestan servicios al consumidor final.
- c) Trabajadores manuales de alta cualificación (trabajadores cualificados de la agricultura, la industria y la construcción): se definen por su proximidad al proceso productivo, a la actividad de manipulación material de los productos. Sin embargo, dicha proximidad no supone necesariamente un contacto directo. Muchas de las ocupaciones aquí encuadradas consisten fundamentalmente en el control de equipos industriales a través de consolas de ordenadores o dispositivos de naturaleza parecida. Este componente de las tareas productivas caracteriza su relación con las tecnologías de la información: controlan la información que automáticamente generan las propias máquinas y toman decisiones en función de ella. Se trata, por tanto, de un tipo de relación más activa de la que

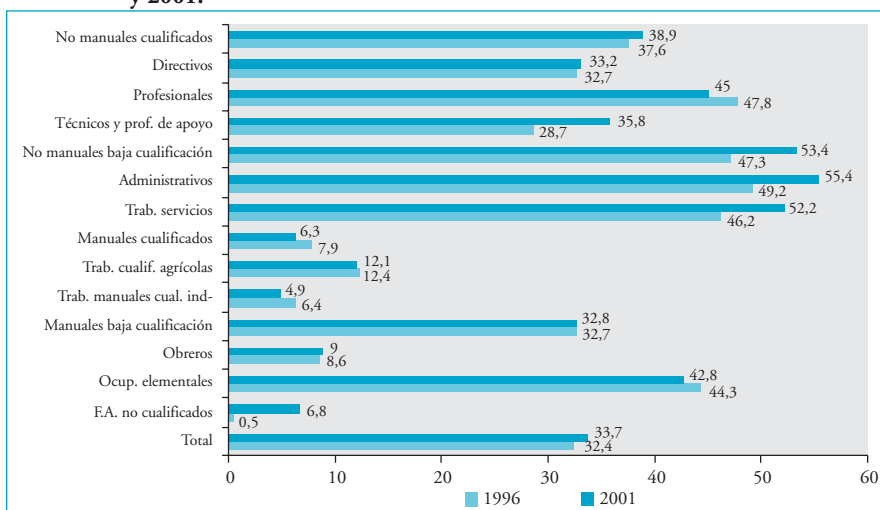
muestra la categoría anterior, pero no llega al grado de la que suelen tener las ocupaciones no manuales de mayor cualificación. Además, muchas de estas ocupaciones tienen poca relación con la información y las comunicaciones. Puede decirse, entonces, que las tecnologías de la información están, por ello, menos difundidas entre estas ocupaciones que entre las no manuales.

- d) Trabajadores manuales de baja cualificación (obreros y ocupaciones elementales): son los más alejados de las tecnologías de la información. Realizan tareas accesorias, poco cualificadas, por lo que su relación con la información suele reducirse a rellenar partes de incidencia y producción que en la mayoría de los casos ni siquiera mecanizan ellos mismos.

El **gráfico 3.3.** muestra el porcentaje del empleo femenino en cada ocupación en 1996 y 2001. Se dice que una ocupación está feminizada en sentido estricto cuando las mujeres superan el 50% de los empleados en esa ocupación profesional. Atendiendo a este criterio, mientras en 1996 ninguna ocupación profesional estaba feminizada, en 2001 existen ya dos, administrativos y trabajadores de servicios. Otras ocupaciones profesionales en las que también aumenta la presencia de mujeres son técnicos y profesionales de apoyo, Fuerzas Armadas no cualificadas y directivos.

Si atendemos al concepto de feminización en sentido relativo, se dice que una ocupación está feminizada cuando el empleo femenino en esa ocupación supera la media de las mujeres en el empleo total. De manera que, de acuerdo con este criterio, si en 1996 eran 5 las ocupaciones feminizadas (directivos, profesionales, administrativos, trabajadores de servicios, y ocupaciones elementales), en 2001 se le añade la de técnicos y profesionales de apoyo.

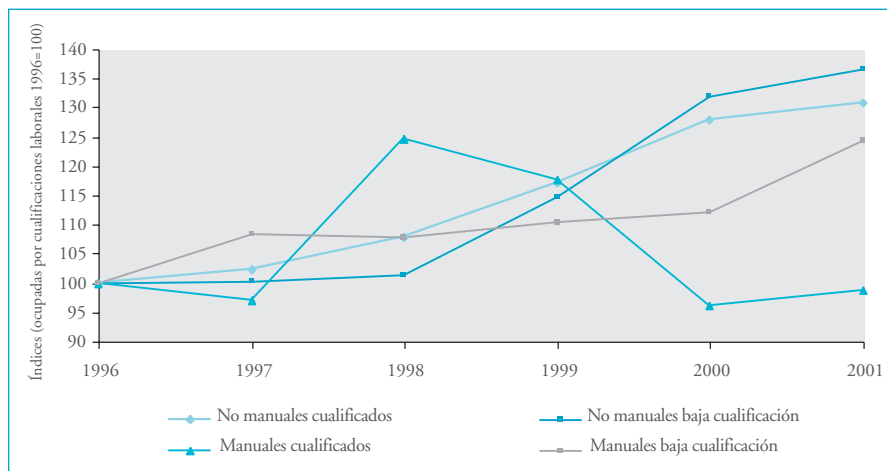
Gráfico 3.3. Porcentaje de empleo femenino sobre el empleo total por ocupaciones en 1996 y 2001.



Fuente: IEA. EPA. Media anual.

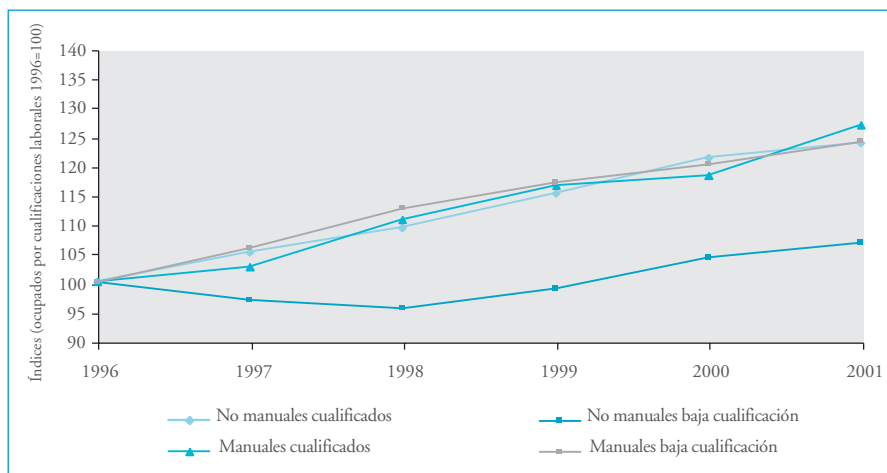
Los **gráficos 3.4. y 3.5.** reflejan la evolución por sexo y para la totalidad del periodo, de las cuatro grandes agrupaciones ocupacionales. Lo primero que se observa es la diferente evolución del empleo de mujeres y hombres.

Gráfico 3.4. Evolución de las mujeres ocupadas por ocupaciones laborales.



Fuente: IEA. EPA. Media anual.

Gráfico 3.5. Evolución de los hombres ocupados por ocupaciones laborales.



Fuente: IEA. EPA. Media anual.

Comparando los dos gráficos se observa que:

- a) El empleo masculino aumenta en todas las ocupaciones, siendo la evolución para los cuatro grandes grupos de ocupaciones mucho más homogénea y moderada

que en el caso del empleo femenino. La evolución del empleo femenino en las cuatro grandes agrupaciones ocupacionales presenta un comportamiento más heterogéneo y marcado.

- b) El empleo femenino experimenta un mayor crecimiento que el masculino en todas las agrupaciones, excepto en las manuales cualificadas, donde cae drásticamente. Esta caída se debe a la disminución de 10 puntos porcentuales de las trabajadoras cualificadas del sector agrario, pues las cualificadas de la industria y la construcción aumentan durante este período en casi cinco puntos.
- c) Asimismo, mientras que en el caso de las mujeres aumentan más las profesiones no manuales de baja cualificación (administrativos y trabajadores de servicios), seguida de las no manuales cualificadas, el empleo masculino aumenta en mayor proporción en las manuales cualificadas y, en segundo lugar, en las manuales sin cualificación.
- d) Los empleos no manuales cualificados tanto de mujeres como de hombres son los que experimentan un mayor crecimiento, si bien el empleo femenino contribuye más a este aumento que el de los hombres. No obstante, debemos tener en cuenta, que en el caso de las mujeres lo que aumenta es la categoría de técnicos y profesionales de apoyo, la más baja de esta agrupación ocupacional, mientras que en el caso de los hombres es la categoría de profesionales la que más crece dentro de este grupo.

Siguiendo un esquema similar al utilizado para los sectores de actividad, la **tabla 3.5.** recoge los resultados obtenidos en el cálculo de los indicadores de distribución, concentración y segregación por ocupaciones laborales.

- **Indicador de distribución.** En 1996 ninguna ocupación podía considerarse como femenina, aunque la de administrativos contaba con un 49,2% de mujeres. Sin embargo, en 2001, tanto la de administrativos como la de trabajadores de los servicios se encuentran feminizadas, con un 55,42% y un 52,24%, respectivamente. Y la ocupación de técnicos y profesionales, cualificada y relacionada con las TIC, presenta un porcentaje de empleo femenino del 48%. Atendiendo a su evolución, las categorías que más aumentan son la de técnicos y profesionales de apoyo (+7,13), las Fuerzas Armadas (FA) no cualificadas (en 6,23 puntos) y las administrativas (6,22 puntos).
- **Indicador de concentración.** En 2001 las ocupaciones en las que preferentemente se concentran las mujeres andaluzas son, por este orden, ocupaciones elementales, trabajadores de los servicios, técnicos y administrativos. La concentración ocupacional de la mujer andaluza ha evolucionado hacia la polarización, en la medida en que aumenta la presencia tanto de ocupaciones de alto nivel como de ocupaciones elementales. En términos generales, ha aumentado la presencia femenina en las tareas no manuales cualificadas (debido al incremento en técnicos y profesionales de apoyo), en no manuales poco cualificadas (sobre todo, por

las trabajadoras de servicios), y en una de las menos cualificadas (F.A. no cualificadas). Por el contrario, reduce su presencia en los trabajos manuales cualificados. Los resultados alcanzados para Andalucía confirman los obtenidos para el caso español (Castaño *et al.*, 1999), ya sugeridas por Bianchi (1978) en el sentido de que las mujeres se concentran tanto en las ocupaciones que requieren un cierto nivel de capital humano general como en otras totalmente descualificadas.

Tabla 3.5. Indicadores de distribución y concentración del empleo femenino y de segregación por sexo, para las ocupaciones laborales en Andalucía.

	Distribución			Concentración			Segregación		
	1996	2001	Var. Abs.	1996	2001	Var. Abs.	1996	2001	Var. Abs.
Directivos	32,70	33,20	0,50	9,32	7,44	-1,89	0,01	-0,02	-0,04
Profesionales	47,80	45,04	-2,76	15,62	14,98	-0,64	0,91	0,61	-0,30
Técnicos y prof. de apoyo	28,70	35,83	7,13	6,14	9,02	2,88	-0,16	0,10	0,26
No manuales cualificados	37,64	38,89	1,25	31,08	31,44	0,36	0,26	0,25	-0,01
Administrativos	49,20	55,42	6,22	12,96	13,20	0,24	1,02	1,44	0,42
Trab. Servicios	46,16	52,24	6,08	21,37	23,05	1,68	0,79	1,15	0,36
No manuales baja cualificación	47,26	53,35	6,09	34,33	36,24	1,91	0,87	1,25	0,38
Trab. cualif. agrícolas	12,37	12,10	-0,27	2,00	1,39	-0,61	-0,71	-0,73	-0,02
Trab. manuales cual. ind-const.	6,38	4,89	-1,49	2,96	2,40	-0,56	-0,86	-0,90	-0,04
Manuales cualificados	7,92	6,25	-1,67	4,96	3,78	-1,17	-0,82	-0,87	-0,05
Obreros	8,62	8,95	0,33	2,20	2,06	-0,14	-0,80	-0,81	0,00
Ocup. elementales	44,32	42,82	-1,50	27,41	26,29	-1,12	0,66	0,47	-0,19
F.A. no cualificados	0,53	6,76	6,23	0,02	0,18	0,17	-0,99	-0,86	0,13
Manuales baja cualificación	32,72	32,77	0,04	29,63	28,53	-1,10	0,01	-0,04	-0,06
Total	32,43	33,74	1,31	100,00	100,00				

Fuente: IEA. EPA. Media anual.

- **Indicador de segregación.** Los datos de la **tabla 3.5.** correspondientes al año 2001 revelan que existe segregación en favor de la mujer en cinco de las nueve ocupaciones laborales consideradas, que, por orden de importancia, son administrativos, trabajadores de los servicios, profesionales, ocupaciones elementales y técnicos. En 1996 el número de ocupaciones que presentaban una segregación favorable a las mujeres era también de cinco, pero en vez de existir segregación en la categoría de técnicos, existía en la de directores-jefes⁷. Se ha producido, por tanto, un empeoramiento de la posición de la mujer andaluza. La segregación en favor de

7. Este resultado resulta realmente llamativo. Sin embargo, se ha comprobado que la mayoría de las mujeres encuadradas en esta situación se corresponden con directores, jefes o propietarios de empresas sin asalariados, lo que confirma lo ya señalado por trabajos anteriores (Castaño *et al.*, 1999).

la mujer ha aumentado en el caso de las administrativas, de las trabajadoras de servicios y de las técnicas y profesionales de apoyo. Por tanto, sólo las ocupaciones indirectas de baja cualificación, relacionadas con las TIC aunque de forma pasiva, han incrementado la segregación en favor de la mujer. Las demás ocupaciones incrementan la segregación en favor del hombre.

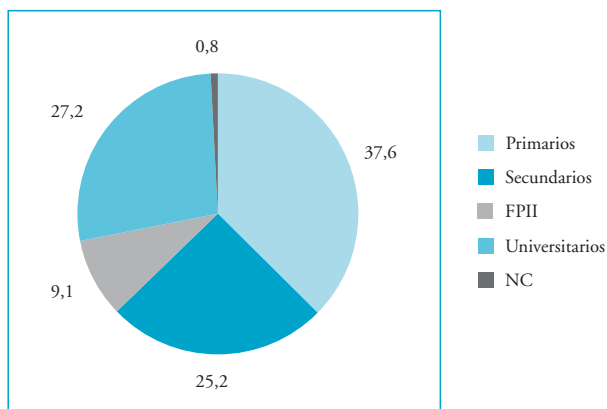
2. EMPRESAS: EL EMPRESARIADO FEMENINO EN ANDALUCÍA

Se resumen en este apartado las principales características tanto de las mujeres empresarias en Andalucía como de sus empresas. En primer lugar, se expone el perfil tipo de las empresarias en cuanto a niveles de formación, edades, carrera profesional, razones para convertirse en emprendedoras, jornadas laborales, capacidades directivas que las distinguen y distribución geográfica. En segundo lugar, se presenta el perfil tipo de las empresas atendiendo a la actividad económica, el número de asalariados, la forma jurídica, así como factores financieros, comerciales, organizativos y tecnológicos.

2.1. PERFIL TIPO DE LAS MUJERES EMPRESARIAS

Desde el punto de vista de la formación, las empresarias presentan niveles de estudio similares al de la población andaluza (**gráfico 3.6.**). Algo menos de un tercio de las empresarias tienen estudios universitarios, otro tercio tiene estudios de secundaria y de formación profesional, y un poco más de un tercio tiene estudios primarios.

Gráfico 3.6. Distribución de las empresarias según estudios terminados. Año 2001.



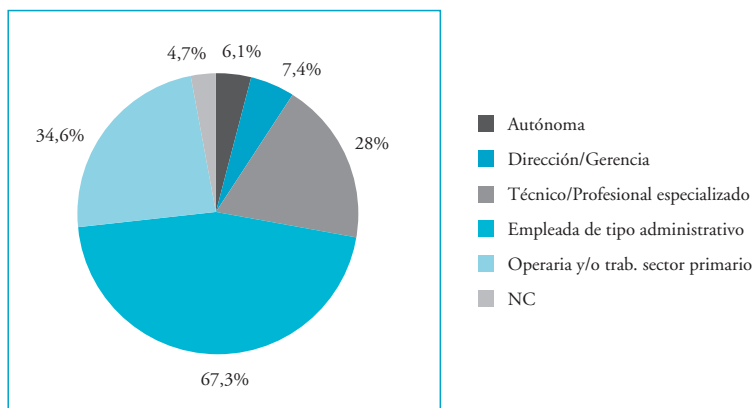
Fuente: *El empresariado femenino en Andalucía*. Instituto de Desarrollo Regional, y Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico, Junta de Andalucía, 2003.

En cuanto a su edad, el 54,5% de las empresarias se encuentra en el intervalo de 30 a 44 años y un 23,1% tiene entre 45 y 54 años. Cuando se relaciona la edad de las empresarias con el nivel de estudios, se observa que las empresarias más jóvenes son las que alcanzan niveles de estudios más elevados, al igual que el conjunto de las mujeres andaluzas. Un 33,2% de las empresarias de 25 a 29 años han cursado estudios universitarios (medios, superiores o doctorado), así como un 32% de las empresarias entre 30 y 44 años.

Sin embargo, no actualizan sus conocimientos con frecuencia. La mitad de las empresarias encuestadas no había realizado ningún curso de formación en los últimos años, si bien cabría destacar que son los cursos de informática los más demandados por las empresarias (un 17,4% del total de cursos realizados). Es también significativo el hecho de que las mujeres que cuentan con un mayor nivel de formación previo son las que más actualizan sus conocimientos.

La mayoría (60,7%) ha tenido alguna experiencia laboral previa a la creación de su empresa. Sin embargo, no deja de ser considerable el porcentaje (37,8%) de las que se inician en el mercado de trabajo a través de la actividad empresarial. En cuanto al puesto de trabajo desarrollado antes de convertirse en empresarias (gráfico 3.7.), la gran mayoría declara haber desempeñado previamente algún puesto de empleado tipo administrativo, aunque también muchas declaran proceder de puestos de operarias en el sector primario y de puestos de técnico/profesional especializado. Son muy pocas las que provienen de puestos de Dirección/Gerencia y las que eran autónomas y, por tanto, pueden contar con experiencia en dirección y gestión empresarial.

Gráfico 3.7. Ocupación laboral previa a su condición de empresarias.



Fuente: El empresariado femenino en Andalucía. Instituto de Desarrollo Regional, y Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico, Junta de Andalucía, 2003.

En un 61% de los casos han sido las propias empresarias las que han iniciado su negocio, aunque también existe un 20,8% que ha continuado con la empresa familiar. El principal motivo para crearla ha sido el autoempleo, debido a las dificultades para encontrar un trabajo por cuenta ajena (30% de respuestas). Resultan, asimismo, significativos los motivos relacionados con obtener mejores condiciones económicas (13,5% de las empresarias declaran que ésta fue la principal razón, y 22,3% lo colocan en segundo lugar) y con conseguir mayor independencia (13,5% como primera causa y 13% como segunda). Alcanza también un importante porcentaje (12,2%) desarrollar un trabajo adecuado a sus conocimientos profesionales.

Todo ello contribuye a reforzar la idea de que la creación de empresas por parte de las mujeres en Andalucía se está convirtiendo en una alternativa a las actuales condiciones del mercado de trabajo femenino. Ni la oferta de empleo existente resulta suficiente para emplear a todas las mujeres activas (un 38% de las encuestadas no había trabajado nunca), ni las condiciones salariales son buenas, ni los puestos ofrecidos se adecuan a la formación de las demandantes de empleo. En definitiva, parece consolidarse la idea del autoempleo femenino para evitar los problemas del desempleo y los relacionados con la segregación de género cuando se es mujer y asalariada.

Las empresarias andaluzas muestran cierta veteranía en la gestión de sus negocios al llevar ya varios años al frente de ellos: un importante porcentaje (24%) lleva al frente de su empresa más de diez años. Este hecho contradice la opinión extendida sobre la alta mortalidad en el ciclo inicial de las empresas gestionadas por mujeres, si bien éstas todavía no son empresas de muy larga vida pues la antigüedad más característica de las empresarias al frente de la empresa es de 1 a 4 años, con casi un 44,5%.

En cuanto a la doble jornada, el 77% de las empresarias andaluzas le dedican al negocio más de 9 horas diarias, mientras que casi el 40% de las empresarias realizan tareas domésticas durante dos a cuatro horas diarias, y cerca del 30% dedica entre cinco y ocho horas diarias. Esto supone que, por término medio, la empresaria tiene una jornada laboral (donde incluimos las tareas domésticas) de doce horas y media diarias. Ésta es una de las principales causas, junto con las económicas, por las que no disponen de tiempo para mejorar sus niveles de formación, a pesar de que manifiestan su deseo de invertir en formación y lo consideran un factor muy importante.

Las capacidades directivas que en mayor medida caracterizan al empresariado femenino andaluz son: analizar y seleccionar las mejores decisiones; dirigir con mentalidad global, comprendiendo lo que sucede en su empresa y en su entorno; trabajar en equipo; y, planificar las actuaciones a realizar.

Por último, respecto a la distribución territorial de las empresarias, éstas siguen la misma pauta del empresariado andaluz, y se concentran en Málaga y Sevilla con un 22% de las empresarias en cada provincia. La tercera provincia con un mayor número de empresarias es Cádiz (15%), mientras que Almería, Córdoba, Granada y Jaén cuentan cada una con un 9%, y Huelva, con tan sólo un 5%, es la provincia con un menor entramado empresarial femenino.

2.2. PERFIL TIPO DE LAS EMPRESAS DE MUJERES

Por grandes sectores, y según la EPA, el 86% de las empresas dirigidas por mujeres andaluzas se encuentra en el sector servicios; el 7,3%, en la industria; un 1,3%, en la construcción, y un 5,3% en el sector primario. Por ramas de actividad económica, el 47% se dedica al comercio minorista, el 9% a los servicios personales, un 8% a los empresariales, la hostelería acoge al 7% de las empresarias y un 5% se dedica a actividades educativas. En general, las empresarias siguen dedicándose a actividades altamente feminizadas, no sólo en el sector servicios, sino también dentro del sector secundario, donde la gran mayoría se sitúa dentro de las industrias agroalimentaria y textil (25% y 22%, respectivamente del total de las empresas industriales femeninas).

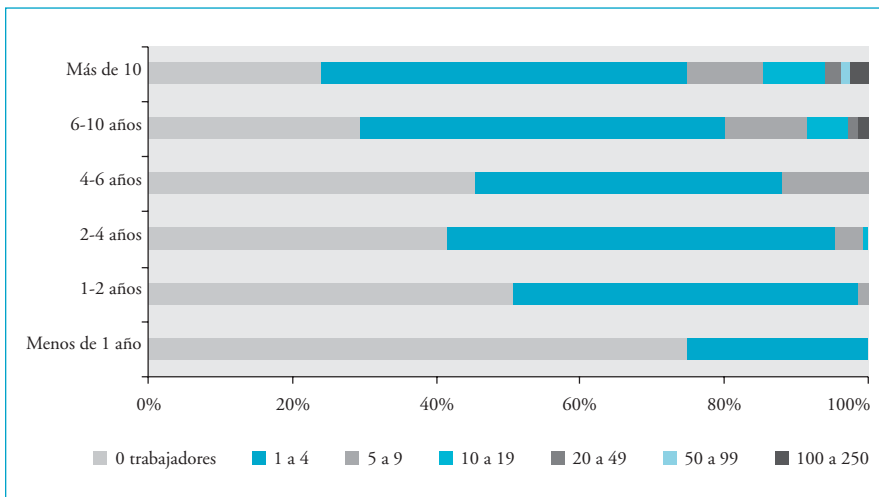
Más de la mitad de las empresas de mujeres son microempresas: un 54% tiene menos de 10 trabajadores. Un 33,5% de las empresarias no tiene trabajadores contratados, pero hay que tener en cuenta que sus empresas se han creado recientemente. Sin embargo, se puede considerar preocupante que el 74% de las empresas con 6 a 10 años de vida y el 71% de las empresas con más de 10 años tengan menos de 4 trabajadores (**gráfico 3.8.**). De hecho, el 70% de las empresarias son autónomas, con los riesgos que esta forma jurídica conlleva para el patrimonio personal de las mujeres y las dificultades de financiación que plantea para el crecimiento de la empresa.

Una de las razones principales para que la mayoría sean autónomas pudiera ser la dificultad en obtener recursos económicos para crear su empresa. Un 40% de las empresarias destaca la falta de financiación como el obstáculo más importante para el inicio de su actividad. Así, para el 52% de las mujeres la principal fuente de financiación en la creación de su negocio fue la personal, acompañada de la familiar (26%). Únicamente para el 28% de las empresarias los créditos bancarios han supuesto la primera fuente de financiación.

Con respecto a la financiación actual, la de carácter personal sigue jugando un papel importante, situándose en segundo lugar después de la reinversión de los beneficios generados por la propia empresa. Este papel relevante que sigue desem-

peñando la financiación personal se debe, en parte, a los bajos niveles de facturación. El 59% de las empresarias factura menos de 60 mil euros al año, y el 75%, menos de 300 mil, en contraste con el nivel medio de las empresas andaluzas que se sitúa entre los 300 mil y los 600 mil euros.

Gráfico 3.8. Tamaño de la empresa (nº de trabajadores fijos) por antigüedad de la empresa.



Fuente: *El empresariado femenino en Andalucía*. Instituto de Desarrollo Regional, y Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico, Junta de Andalucía, 2003.

A pesar de que existe consenso entre las empresarias a la hora de reinvertir en su negocio (el 83% declara haber realizado algún proyecto de inversión en los últimos tres años), el volumen destinado a la inversión suele ser muy inferior al dedicado a cubrir gastos, debido al bajo nivel de facturación, limitando de este modo las oportunidades de realizar proyectos de inversión para modernizar o expandir la empresa. Aun así, el 84% de las mujeres que realizaron inversiones obtuvieron rentabilidad.

Respecto a los factores comerciales, la mayoría de las empresarias (67%) venden sus productos o prestan sus servicios únicamente en el ámbito local. Sólo el 17% vende fuera de Andalucía y el 7% exporta. En lo que se refiere al tipo de clientes, el destino prioritario de sus ventas se dirige al consumidor final, al que venden más de dos tercios de su producción (71,20%). Sólo merece la pena destacar el 11,50% de empresas que vende una pequeña parte de su producción (entre el 1 y el 25%) a las instituciones. Las ventas a las redes de distribución no resultan significativas para ninguno de los sectores de actividad.

Casi el 40% de las empresas de mujeres no realiza ninguna publicidad de sus productos y/o servicios (35,70%), lo que parcialmente explicaría tanto la localización

de sus ventas como el tipo de cliente mayoritario. Aunque en la mayoría de los casos el uso de medios de publicidad es muy escaso, parece que los más empleados son, por este orden, las revistas (22%), la radio (21%), la prensa (19%) y las páginas Web (16%). Las empresas que más publicidad realizan son las que se sitúan en volúmenes de facturación anuales más altos, destacando aquéllas cuya facturación se encuentra entre 600 mil y 3 millones de euros al año.

La pequeña dimensión de las empresas, su bajo nivel de facturación (tabla 3.6.), la escasa atención a la publicidad y los bajos niveles de estudios pudieran ser la combinación de factores que condujera a las empresarias andaluzas a localizar el ámbito de ventas en la región y a recurrir fundamentalmente a consumidores finales como tipo de cliente más característico. Lo primero, porque al no fomentarse las ventas tampoco se fomenta que éstas se desarrollen fuera de ámbitos en los que la empresaria no sea conocida personalmente o, al menos, por referencias directas (su calle, su barrio, etc.). Lo segundo, porque puede que carezcan de financiación propia, así como de la información/formación necesaria para ampliar sus contactos y solicitar ayudas que les permitiesen no sólo distribuir sus productos y servicios más allá del ámbito local, sino también acceder a medios publicitarios, lo que redundaría positivamente en este aspecto.

Tabla 3.6. Volumen de facturación por ventas fuera de la localidad (millones de pesetas y euros).

	Resto Andalucía	España	Exterior
Menos de 10 millones (60.101,21€)	36,2	36,9	38,8
Entre 10-49 millones (60.101,21-294.495,93€)	85,1	86,1	84,9
Entre 50-99 millones (294.496,93-595.001,98€)	98,8	97,8	97,4
Entre 100-499 millones (595.001,98-2.999.050,40€)	97,5	97,5	97,1
Entre 500-999 millones (2.999.050,40-6.004.110,92€)	99,6	98,7	98,8
Entre 1000-5000 millones (6.004.110,92-30.050.605,22€)	99,8	99,6	99,7
Más de 5000 millones (30.050.605,22€)	100	100	100

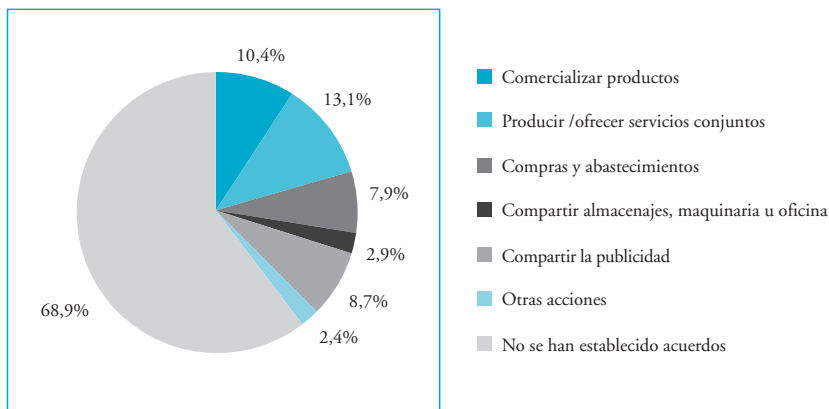
Fuente: El empresariado femenino en Andalucía. Instituto de Desarrollo Regional, y Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico, Junta de Andalucía, 2003.

Esta característica de aislamiento típica del empresariado femenino conduce a plantear la conveniencia de que las empresarias inicien acuerdos de colaboración interempresas tanto para realizar publicidad conjunta como para acceder a canales de ventas más amplios, tales como las redes de distribución. De esta manera, no sólo se ampliaría su ámbito de ventas, sino que podrían obtener algunas condiciones más ventajosas.

Sin embargo, en la actualidad, aunque casi la mitad forma parte de alguna asociación empresarial, únicamente un 30% ha establecido acuerdos de colaboración

interempresarial, normalmente para la oferta de servicios de forma conjunta y la comercialización de sus productos (gráfico 3.9.).

Gráfico 3.9. Acuerdos de cooperación con otras empresas para:

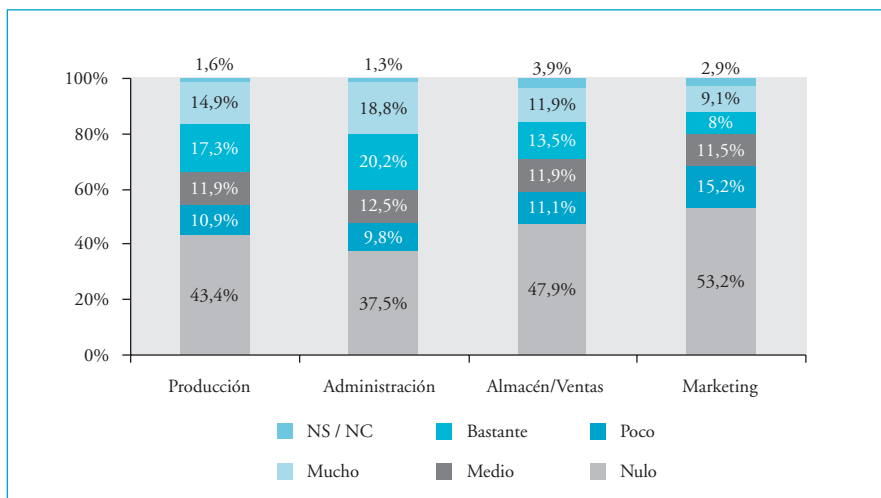


Fuente: *El empresariado femenino en Andalucía. Instituto de Desarrollo Regional y Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico, Junta de Andalucía, 2003.*

Si las empresarias participaran en asociaciones o redes empresariales, podrían acceder a las ventajas que éstas reportan, compensando sus reducidos tamaños empresariales a la hora de abrirse a nuevos mercados, introducir algún tipo de innovación o, sencillamente, para gestionar mejor sus contratos con clientes y proveedores. Sin embargo, no parece que el panorama actual vaya a mejorar rápidamente en este sentido, pues cuando se les pregunta sobre las acciones principales a emprender en diferentes ámbitos de su negocio, no estiman necesario realizar acuerdos de cooperación con otras empresas. Así, sólo un 8,5% de las encuestadas piensan formar agrupaciones interempresariales en el ámbito de la prestación de servicios y/o producción, y sólo un 10,3% en el ámbito de la financiación para reducir costes. No obstante, existen algunos casos de buenas prácticas de mujeres empresarias que se asocian, beneficiándose precisamente del uso de las TIC, para colaborar y prestarse ayuda mutua como, por ejemplo, Lider@red.

En cuanto a los factores tecnológicos, el grado de informatización existente en las empresas de mujeres es inferior a la media del sector empresarial andaluz. En el gráfico 3.10. se observa que el grado de informatización en las empresas es prácticamente inexistente en el ámbito de la producción en un 43,4%; en administración, en un 37,5%; en gestión de almacén y ventas, en un 47,9%; y en marketing, en un 53,20%. Este hecho se explica en parte porque son muy pocas las empresarias que utilizan Internet, ya sea como canal de información (sólo 2,6% de las empresarias) o como canal de ventas.

Gráfico 3.10. Grado de informatización en las empresas.



Fuente: *El empresariado femenino en Andalucía. Instituto de Desarrollo Regional, y Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico, Junta de Andalucía, 2003.*

Sin embargo, esta situación pudiera mejorar en un futuro próximo debido a que la mayoría son conscientes de la importancia de las nuevas tecnologías. Un 69% de las encuestadas declaraba estar interesada en obtener información sobre las TIC y, de hecho, consideraban la introducción de las TIC en sus negocios como la segunda acción más importante a realizar para mejorar la prestación de servicios y/o producción, siendo la primera la innovación en el servicio o producto ofrecido. Además, del 69% de empresarias que introdujeron innovaciones en el último año, un 28,5% de las innovaciones fueron en informática y/o nuevas tecnologías. Las empresarias del sector educativo, del transporte y de servicios empresariales son las que más innovan en este campo, un 62%, 59% y 58%, respectivamente. En lo que se refiere a las innovaciones previstas para el próximo año, un 28% de las empresarias tiene previsto que sean en TIC.

3. CONCLUSIONES

Del conjunto de análisis desarrollados en este epígrafe cabe subrayar, por su relevancia, los siguientes resultados fundamentales:

La evolución de los principales agregados del mercado de trabajo andaluz (actividad, empleo y paro) está marcada en gran medida por el notable incremento de la población activa femenina y su correspondiente tasa de actividad, de forma similar a la evolución española, aunque con mayor intensidad.

Aunque las tasas femeninas de actividad y empleo han aumentado considerablemente en los últimos veinticinco años, llegando casi a duplicarse, la tasa de paro femenina se ha visto más que triplicada y continúa en el año 2002, siendo casi el doble que la masculina.

La mujer muestra una posición relativamente buena en el empleo cuando se atiende a criterios de distribución, concentración y segregación por sectores de actividad según su intensidad tecnológica. Las mujeres andaluzas se ubican preferentemente en los servicios y, en gran medida, en las actividades terciarias más estrechamente relacionadas con la difusión y uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Y, lo que es más importante, su distribución sectorial muestra pautas de evolución que implican el acceso a una posición laboral mejor, tanto en términos generales como respecto a la sociedad de la información.

Sin embargo, las conclusiones son distintas cuando se analiza la situación de la mujer por ocupaciones laborales. En este aspecto, su posición es peor, vinculándose sobre todo con ocupaciones no manuales pero de cualificación intermedia (sólo moderadamente relacionadas con las TIC). Las mujeres andaluzas se encuentran excesivamente concentradas en el grupo de ocupaciones elementales, si bien poseen un peso importante en la categoría de profesionales, ocupación más cercana a las TIC. La evolución de la segregación ocupacional por género también es adversa para las mujeres en términos generales.

No obstante, la distribución de las mujeres en los cuatro grandes grupos ocupacionales presenta una evolución más favorable que la de los hombres, puesto que están creciendo más en las ocupaciones no manuales y decreciendo en las manuales. Lo contrario ocurre con los hombres, cuya ocupación aumenta sobre todo en los trabajos manuales cualificados.

En cuanto al empresariado femenino andaluz, éste se caracteriza por poseer niveles de cualificación medios, por la extremada localización de las ventas, un tamaño empresarial muy reducido, y por estar alejado de las tendencias de innovación y acceso a las TIC que se imponen en la economía del conocimiento y ubicado en sectores de producción altamente feminizados. Además, casi un tercio de las empresarias declara que no encontrar empleo es el motivo principal para crear su propio negocio, lo que determina que su visión estratégica empresarial esté más orientada al corto plazo que al largo.

Sin embargo, a pesar de estas deficiencias, han conseguido que sus empresas se mantengan en el mercado en situaciones de estabilidad y crecimiento (44,1% y 42,8% de las empresas, respectivamente), existiendo muy pocas en situación de crisis (un escaso 12%). Se preocupan mucho de los aspectos financieros, su

principal problema, y de obtener rentabilidad de las inversiones que acometen, destinando gran parte de sus ingresos a la reinversión.

Pero no sólo presentan buenos desarrollos en el aspecto financiero, en general. En lo que se refiere a sus estrategias comerciales, están optando más por la especialización y diferenciación en relación con sus competidores, en línea con lo que la economía demanda. También se comprueba que, para aquellas empresas que han conseguido ampliar sus ámbitos de ventas y volúmenes de facturación, la tendencia a invertir en nuevas tecnologías, en capital humano, en el desarrollo de sus estructuras y en procesos innovadores es creciente.

Su experiencia y dedicación, pese a la doble jornada a la que han de hacer frente, les hace ser conscientes de la necesidad de desarrollar cambios en sus empresas en las áreas de innovación, formación, comercialización, y prestación de servicios, donde muestran sus principales carencias. Éste puede ser el primer paso para escapar del círculo vicioso en el que se encuentran, pues a pesar de saber que tienen que mejorar en muchos campos, sus reducidos volúmenes de facturación y sus dificultades financieras les impiden acometer mejoras sustanciales y financiar los procesos de expansión necesarios.



4

Las mujeres usuarias de TIC en Andalucía

1. INTRODUCCIÓN

Uno de los objetivos fundamentales de este estudio es conocer cómo utilizan las TIC las mujeres usuarias. A estas mujeres se dirigió una encuesta cuyos principales resultados se exponen en este capítulo. Estos datos se completan con los resultados obtenidos de las entrevistas en profundidad a mujeres informadoras clave en relación con la utilización de las TIC y con la información obtenida de los tres grupos de discusión efectuados a: estudiantes universitarias andaluzas, programadoras informáticas y secretarías de dirección¹.

La encuesta se realizó sobre una muestra significativa de mujeres que desarrollan su actividad profesional en Andalucía (mujeres empresarias, profesionales, mujeres en puestos relevantes en empresas, profesoras, artistas), y utilizan de manera intensiva Internet y el correo electrónico como herramientas de apoyo en su vida personal y profesional.

Para cumplir nuestros objetivos, la persona a encuestar debía reunir ciertos requisitos. En primer lugar, ser mujer y desarrollar su actividad profesional en Andalucía; y en segundo lugar, ser mujer innovadora en la SI, es decir, utilizar de manera intensiva Internet y el correo electrónico en su vida profesional y personal desde hace, al menos, un año.

A las mujeres seleccionadas se les realizó una *entrevista personal*, que aporta la ventaja de un mayor enriquecimiento en las contestaciones, una menor probabilidad de encontrar una “no respuesta”, y una mayor comprensión y accesibilidad al entrevistado.

Casi el 80% de las mujeres de la muestra tiene una edad comprendida entre los 25 y 44 años, siendo la media de edad de este grupo de 34,5 años.

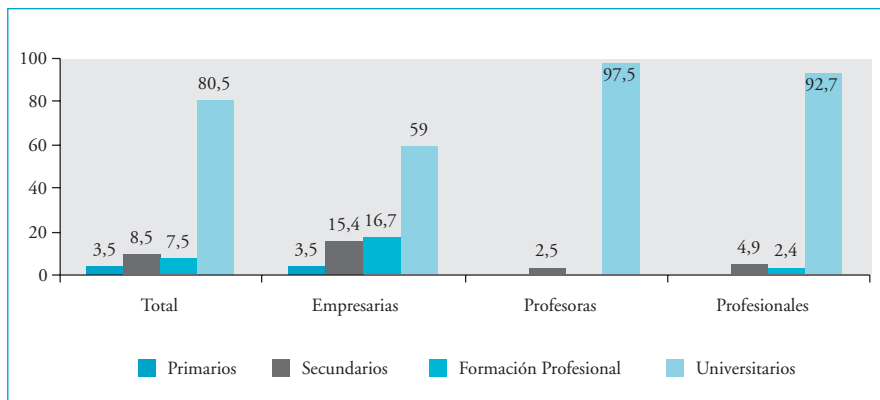
La mayoría posee estudios superiores. El 80% ha obtenido una titulación universitaria, mientras que no llega al 9% las mujeres que solamente han cursado estudios secundarios y al 8% las que poseen estudios de formación profesional. Asimismo, un grupo no significativo de mujeres (el 3,5%) tan sólo posee estudios primarios.

Si se atiende a los datos obtenidos según los subconjuntos muestrales de mujeres, se comprueba que son las empresarias el colectivo que menor número de mujeres recoge con titulación superior (no llega al 60%), al mismo tiempo que contempla el mayor número de mujeres con estudios de formación profesional (17%) y Secundarios (15%). Además, es el único subconjunto con representación de mujeres

1. Pertenecientes a la Asociación de Secretarías y Profesionales de Córdoba, única asociación de este colectivo existente en Andalucía.

que cuentan con tan sólo estudios primarios. Por el contrario, prácticamente la totalidad de las mujeres que componen el colectivo docente de la muestra posee estudios superiores, seguido del colectivo de profesionales, donde casi el 93% ha cursado estudios universitarios.

Gráfico 4.1. Distribución de la muestra según nivel de estudios y subconjuntos muestrales.



Fuente: Encuesta Mujeres y Sociedad de la Información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

En cuanto a las ocupaciones profesionales a las que se dedican las mujeres entrevistadas, el 68,5% del total de la muestra desarrolla actividades relacionadas con las ciencias sociales y sanidad, y la mayoría de estas mujeres pertenecen a los colectivos de las profesoras y las empresarias. Casi el 20% desarrolla actividades técnicas, siendo el mayor número de las mismas profesionales y profesoras. Y por último, un 19% de estas mujeres están ocupadas en medios de comunicación y pertenecen casi en su totalidad al colectivo de las profesionales.

Si atendemos al cargo desempeñado, se comprueba que el grupo más numeroso es el de las autónomas, que representa algo más de la cuarta parte de la muestra. Le sigue, en cuanto a volumen, el grupo de las empresarias con asalariados, que recoge al 19,5% del total de las mujeres, y el de las asalariadas con cargo directivo y técnico, que contempla el 15% de las mismas.

Agrupando las distintas categorías señaladas, la clasificación de las mujeres encuestadas según ocupación profesional quedaría distribuida de manera homogénea y representativa. Esto es, el 30,5% de la muestra corresponde a mujeres asalariadas que desempeñan cargos técnicos o directivos; el 26%, a autónomas; el 25%, a empresarias con o sin asalariados, y, finalmente, el 18,5%, al cuerpo de funcionarios o personal laboral contratado por la Administración Pública.

La mayor parte de las mujeres encuestadas residen y trabajan en municipios con una población comprendida entre los 50.0001 y 400 mil habitantes (40%), seguidas de las que residen y trabajan en municipios de más de 400 mil habitantes (34%). Sin embargo, no llega al 20% las mujeres que residen y trabajan en municipios con un número de habitantes comprendido entre 10.001 y 50 mil habitantes, y al 9% las mujeres que lo hacen en municipios de menos de 10 mil.

Con objeto de asegurar la obtención de resultados a nivel territorial regional, la muestra se diseñó partiendo de una distribución geográfica a lo largo de las ocho provincias andaluzas. En concreto, se ha realizado un total de 200 encuestas personales a mujeres que tienen experiencia y relación con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en 54 localidades.

2. DISPONIBILIDAD Y MODOS DE ACCESO A LAS TIC POR PARTE DE LAS MUJERES USUARIAS DE TIC

Para aproximarnos al análisis de la incorporación de la mujer andaluza a la sociedad de la información, a lo largo del presente apartado nos centraremos en la dotación y disponibilidad de equipamiento informático y de aquellos medios técnicos necesarios para integrarse efectivamente en la sociedad de la información.

2.1. DISPONIBILIDAD DE TIC

En el ámbito doméstico, casi la totalidad de las mujeres encuestadas (el 88%) dispone de teléfono móvil. Le sigue el ordenador personal, del que dispone el 82% de mujeres, la conexión a Internet, con el 67%, y el correo electrónico, con casi el 65%. La disponibilidad de fax y de ordenador portátil en el hogar se sitúa en los últimos lugares (sólo una cuarta parte de estas mujeres dispone de estas TIC).

Por su parte, las tecnologías directamente vinculadas al tiempo de ocio están presentes en algo más de la tercera parte de los hogares de las mujeres encuestadas (el 40% de las mujeres dispone de DVD, y el 37%, de televisión de pago).

En el ámbito laboral la mayoría de las mujeres (92%) realiza su trabajo con un ordenador personal. El acceso a Internet y el correo electrónico están también muy extendidos (90%), al igual que el fax (89%). Sin embargo, la dotación de teléfono móvil en el lugar de trabajo es menor (70 de cada 100 mujeres cuentan con esta tecnología) y se reduce notablemente (hasta el 27%) en el caso del PC portátil y en el lector de DVD (21%).

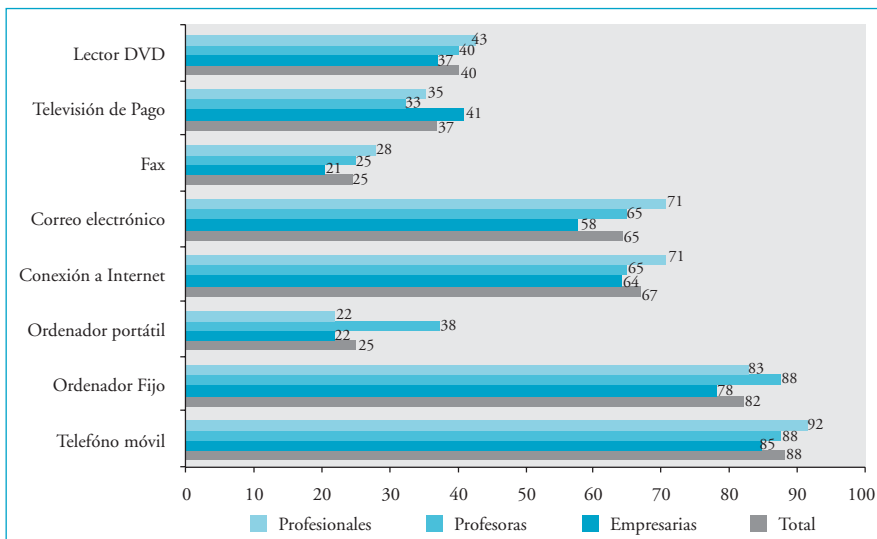
Tabla 4.1. Orden de prioridad en la disponibilidad de TIC

En el hogar	En el lugar de trabajo
1. Teléfono móvil (88%)	1. Ordenador personal (92%)
2. Ordenador personal (82%)	2. Conexión a Internet (89,5%)
3. Conexión a Internet (67%)	3. Correo electrónico (89,5%)
4. Correo electrónico (64,5%)	4. Fax (88,5%)
5. Lector de DVD (40%)	5. Teléfono móvil (70%)
6. Televisión de pago (37%)	6. Ordenador portátil (27%)
7. Ordenador portátil (25%)	7. Lector de DVD (20,5%)
8. Fax (24,5%)	8. Televisión de pago (6%)

Fuente: Encuesta Mujeres y Sociedad de la Información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas

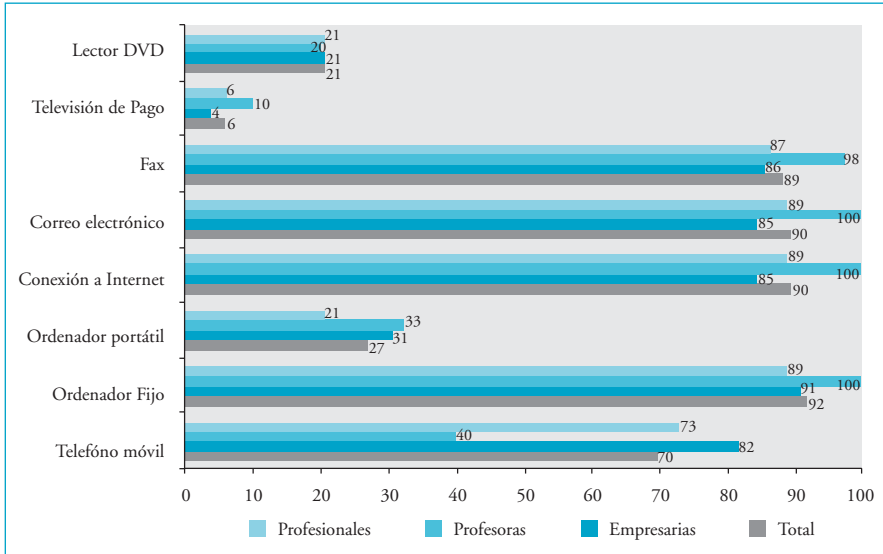
Por tanto, las mujeres innovadoras de Andalucía han incorporado el ordenador personal al desarrollo habitual de sus tareas, tanto en el lugar de trabajo como en el hogar. En el ámbito laboral, Internet y el correo electrónico están muy extendidos, superando incluso al fax como tecnología de transmisión de información y documentos. En el hogar, la tecnología más extendida es el teléfono móvil (el 88% de las mujeres entrevistadas). Asimismo, son significativos los porcentajes correspondientes a la dotación de lectores de DVD y abono a televisión de pago, indicativos de una fuerte inversión en tecnologías audiovisuales por parte de las encuestadas.

Gráfico 4.2. Disponibilidad de TIC en el hogar según subconjuntos muestrales de mujeres.



Fuente: Encuesta Mujeres y Sociedad de la Información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

Gráfico 4.3. Disponibilidad de TIC en el lugar de trabajo según subconjuntos muestrales de mujeres.



Fuente: Encuesta Mujeres y Sociedad de la Información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
 Base: Total de mujeres encuestadas.

Si se atiende a los datos obtenidos según los distintos subconjuntos muestrales, se observa lo siguiente:

- El grado de disponibilidad del **teléfono móvil** en el hogar se incrementa entre las profesionales (91,5%), mientras que, en el lugar de trabajo, son las empresarias las que más lo utilizan (82%). Aun siendo mayor la disponibilidad de esta tecnología para su uso personal, los porcentajes son muy similares en los dos ámbitos, a excepción del grupo de las profesoras. Para este colectivo, el teléfono móvil tiene un uso restringido en el lugar de trabajo (sólo 40 de cada 100 profesoras cuenta con teléfono móvil en el trabajo, mientras que en el hogar son 88 de cada 100).
- La dotación de **ordenadores** aumenta entre las profesoras, ya sea éste fijo o portátil, tanto en el hogar como en el lugar de trabajo, con respecto a los otros dos subconjuntos. Así, en el hogar casi el 88% de las profesoras dispone de PC fijo y el 38% de portátil, siendo en el lugar de trabajo del 100% y de 33%, respectivamente. Entre las empresarias y profesionales se aprecian menos diferencias, quedando representadas con porcentajes similares la dotación de ordenadores. Cabe destacar la baja disponibilidad de portátiles entre las profesionales en el lugar de trabajo (no llega al 21% de las mujeres).
- Las profesionales son el grupo más destacado en cuanto al acceso a **Internet** desde el hogar (71%), mientras que el porcentaje se reduce en los casos de profesoras y empresarias (65%). Sin embargo, en el lugar de trabajo son las

profesoras las que están conectadas en su totalidad, descendiendo para el resto de los subconjuntos (89% para las profesionales y 85% para las empresarias).

- El 90% de las mujeres innovadoras dispone de **correo electrónico** en su lugar de trabajo, mientras el porcentaje se reduce al 65% en el hogar. Del mismo modo que en la conexión a Internet, el 100% de las profesoras dispone de correo electrónico en el lugar de trabajo, mientras que para las profesionales y empresarias es del 89% y 85%, respectivamente. En el hogar este porcentaje disminuye considerablemente, siendo casi el 71% para las profesionales, 65% para las profesoras y no llega al 58% para las empresarias.
- Por su parte, el **fax** es una tecnología vinculada al lugar de trabajo (cerca del 98% de las profesoras, el 87% de las profesionales y el 86% de las empresarias dispone de fax). Por el contrario, su disponibilidad en los hogares desciende sustancialmente, situándose su mayor representación entre las profesionales (con el 28%), dado que es este grupo de mujeres el que mayor uso hace del hogar como espacio para el trabajo.
- Por último, la dotación de **televisión de pago** y de **lectores de DVD** no presenta diferencias significativas entre los grupos de mujeres analizados. Las empresarias son el grupo en el que se concentra un mayor número de abonadas a la televisión de pago (41%), mientras las profesionales tienen una mayor representación respecto a la dotación de lectores de DVD en el hogar (43%). En el ámbito laboral los porcentajes de disponibilidad de estas TIC descienden notablemente (para la televisión de pago es del 7%, y en torno al 20% para el lector de DVD para todos los grupos de mujeres). No obstante, es necesario apuntar que el porcentaje de mujeres que dispone de DVD en el lugar de trabajo no es nada desdeñable, al corresponder estas respuestas a profesionales de los medios de comunicación, para el subgrupo de profesionales. En los casos de las profesoras y las empresarias, en los que el DVD está presente en la quinta posición en los lugares de trabajo, puede responder a la disponibilidad de equipos informáticos de última generación, que integran normalmente DVD.

Teniendo en cuenta el análisis de la dotación de equipamiento para los diferentes grupos de mujeres innovadoras, se puede concluir que:

- **Las profesoras** son las usuarias más asiduas del ordenador personal tanto en el trabajo como en el hogar y, ya sea ordenador fijo o portátil, se trata del grupo con mayor disponibilidad de PC. Además, en el ámbito laboral las docentes son las que cuentan con mayor acceso a Internet, al correo electrónico y al fax.
- Por su parte, **las profesionales** son las que en mayor medida disponen de TIC en el ámbito doméstico, lo que se explica por el hecho de que muchas de ellas desarrollan su actividad profesional desde su casa. Así, este grupo concentra el mayor número de mujeres con teléfono móvil, acceso a Internet, correo electrónico, fax y DVD en el hogar.

- Por otro lado, **las empresarias** hacen un uso intensivo del teléfono móvil en su lugar de trabajo, mientras que en el hogar destacan por ser el grupo en el que se da un mayor porcentaje de abonadas a televisión de pago.

La información aportada por los grupos de discusión y entrevistas en profundidad desarrollados en el marco de esta investigación, en relación con la disponibilidad de TIC, ponen de manifiesto que:

- Las mujeres más jóvenes de nuestro estudio, las **estudiantes universitarias**, tienen en general una menor disponibilidad en el acceso a las nuevas tecnologías. Si bien la casi totalidad de las asistentes al Grupo de Discusión contaban con ordenador personal en el ámbito doméstico, Internet está menos extendido en sus hogares (alcanzando sólo a la mitad). Respecto al correo electrónico, las estudiantes suelen darse de alta en cuentas de correo gratuitas, aunque en general su uso es escaso.
- Las **programadoras informáticas** y las **secretarías de dirección** disponen de ordenador personal fijo tanto en el trabajo como en casa. De la misma manera, todas disponen de Internet en el trabajo; sin embargo, su uso normalmente está restringido a la Intranet (acceso a bancos de datos, información corporativa, etc.) y, en sus hogares, la mayoría está conectada.
- Entre las **informadoras clave** con las que se mantuvieron entrevistas en profundidad, se comprueba un elevado grado de acceso a las TIC, sobre todo en el lugar de trabajo. La totalidad de estas mujeres dispone en su lugar de trabajo de ordenador personal fijo, conexión a Internet y correo electrónico, siendo menos frecuente disponer de un PC portátil. En el hogar, la disponibilidad de TIC disminuye ligeramente.

2.2. EXPERIENCIA EN EL USO DE LAS TIC

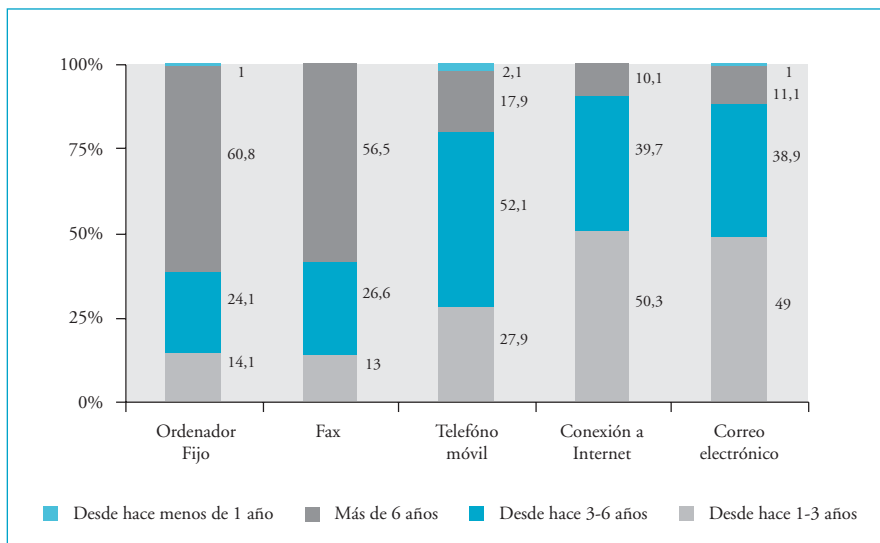
En general, puede decirse que la experiencia en el uso de las TIC de las mujeres seleccionadas para la encuesta es amplia. La tecnología utilizada desde hace más tiempo por estas mujeres es el ordenador personal, seguida del fax, teléfono móvil, correo electrónico e Internet.

El 61% de las encuestadas utiliza el PC desde hace más de 6 años; el 25%, desde hace 3-6 años, y el 14% lo hace desde 1-3 años. El fax es utilizado por el 57% de las mujeres innovadoras desde hace más de 6 años, casi el 27% lo hace desde 3-6 años y el 13%, desde 1-3 años.

La experiencia en el uso del teléfono móvil es menor. Más de la mitad de las mujeres encuestadas lo utiliza desde un periodo que oscila entre los 3 y los 6 años; cerca de un tercio, desde hace 1-3 años, y sólo el 18% lo utiliza desde hace más de 6 años.

Las tecnologías más novedosas analizadas en nuestro estudio son, si duda, Internet y el correo electrónico. La mitad de las encuestadas las utiliza desde hace 1-3 años; cerca del 40%, desde hace 3-6 años, y sólo un 10% es usuaria de Internet y correo electrónico desde hace más de 6 años.

Gráfico 4.4. Experiencia en el uso de las TIC por parte de las mujeres encuestadas.



Fuente: Encuesta Mujeres y Sociedad de la Información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

Según los periodos de tiempo establecidos, los datos aportados por las encuestadas indican que el ordenador personal y el fax son las tecnologías que mayor número de mujeres utilizan desde hace más de 6 años. En el caso del teléfono móvil, el tiempo de uso más frecuente entre estas mujeres se sitúa en el tramo de 3-6 años, y para Internet y el correo electrónico, en el de 1-3 años.

Tras el análisis de los datos obtenidos según grupos de mujeres y para cada una de las tecnologías estudiadas, se puede afirmar que:

- Las **profesoras** son las entrevistadas más experimentadas en el uso de las tecnologías, a excepción del teléfono móvil, en el que se sitúan en el último lugar (no llega al 6% las docentes que utilizan el móvil hace más de 6 años). El 78% de las profesoras lleva más de 6 años utilizando el PC, y el 58%, el fax. El 80% utiliza el correo electrónico desde hace más de 3 años (de estas mujeres, casi 28 de cada 100 lo usan hace más de 6) y casi 78 de cada 100 están conectadas a la red desde hace más de 3 (siendo prácticamente el 23% las que se conectaron hace más de 6 años).

- Entre las **profesionales**, se observa cómo 90 de cada 100 utilizan el ordenador desde hace más de 3 años (de este porcentaje, el 64% lo usa hace más de 6 años). En este grupo está el mayor número de mujeres que utiliza el fax desde hace más tiempo: 81 de cada 100 profesionales empezó a usar esta herramienta desde hace más de 3 años (y de éstas casi el 62% empezó hace más de 6 años), y por el contrario, cuenta con las usuarias que más tardíamente se han incorporado a la red y las que utilizan el correo electrónico desde hace menos tiempo. Sólo un tercio de las mismas se conectó a la red y se inició en el uso del correo electrónico hace más de 3 años, y en torno al 66% lo ha hecho entre 1-3 años.
- El grupo de las **empresarias** destaca como las usuarias que antes se iniciaron en el uso del teléfono móvil (el 78% lo utiliza hace más de 3 años y una cuarta parte hace más de 6 años). Sin embargo, con relación al ordenador personal, las empresarias presentan menos experiencia de uso: el 78% utiliza el PC desde hace más de 3 años (y de éstas no llega a la mitad las que lo usan desde hace más de 6 años).

En relación con la información aportada en los **grupos de discusión**, hay que indicar que las estudiantes universitarias son las que poseen menos experiencia en el uso de las TIC. En general, utilizan el correo electrónico e Internet desde hace poco tiempo (1-4 meses), aunque el uso del ordenador personal no es tan reciente para ellas.

Por el contrario, la mayoría de las programadoras informáticas manifiestan usar el PC desde hace 8-10 años (aquéllas que cursaron estudios de Informática se iniciaron en Internet hace 5 o 6 años y el resto se inició hace 2 a 3 años). Por último, las secretarías se iniciaron en las TIC hace unos cuatro años, sobre todo en Intranet e Internet por motivos de trabajo.

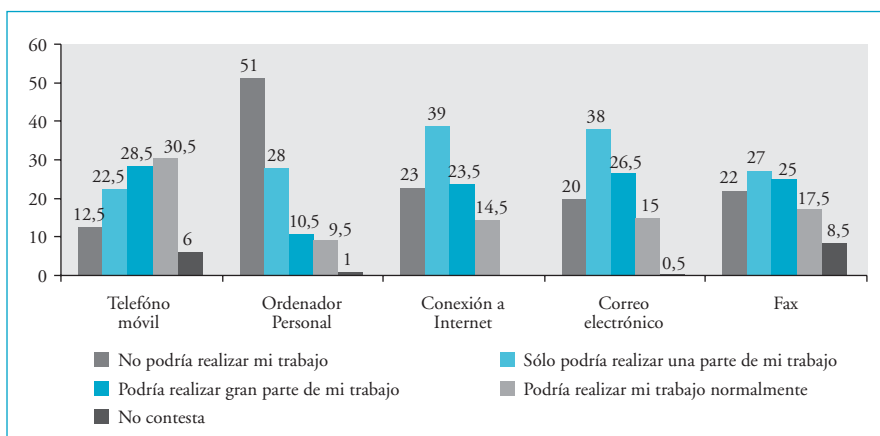
La experiencia en el uso de estas TIC por parte de las mujeres **entrevistadas en profundidad** es muy elevada, así como su grado de integración en la sociedad de la información, fundamentalmente en el ámbito del hogar. Casi la totalidad de estas mujeres utiliza el PC desde hace casi más de 10 años en sus lugares de trabajo y en sus hogares, mientras que para Internet y el correo electrónico, su uso es desde hace más de 5 años en el trabajo y en el hogar.

En síntesis, las mujeres innovadoras andaluzas poseen una amplia experiencia en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Entre ellas, destaca especialmente el colectivo de profesoras universitarias, cuya iniciación en el uso de Internet y el correo electrónico se remonta a más de 6 años para la cuarta parte de ellas, y a más de 3 años para la mitad de las encuestadas. Por su parte, las empresarias sobresalen por su experiencia en el uso del móvil, utilizado en gran medida en el ámbito profesional.

2.3. NECESIDAD DE LAS TIC PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES HABITUALES

Con el objetivo de conocer el grado de integración de la tecnología en la vida cotidiana de estas mujeres, la encuesta realizada contenía una pregunta en la que se estimulaba a la reflexión sobre el grado de dependencia de algunas TIC a la hora de abordar las tareas profesionales habituales. Como se observa, el grado de necesidad es muy elevado.

Gráfico 4.5. Necesidad de las TIC en el desarrollo habitual de actividades.



Fuente: Encuesta Mujeres y Sociedad de la Información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

- Casi el 80% de estas mujeres necesita el **ordenador personal** para el desempeño de sus tareas profesionales. De este porcentaje, el 51% señala que no podría realizar su trabajo sin contar con un ordenador personal y el 28% indica que sólo podría realizar una parte del mismo, mientras que aproximadamente el 10% de estas mujeres podría realizar gran parte de sus tareas o desarrollarlas con normalidad.
- El 60% de las mujeres afirma no poder realizar su trabajo adecuadamente sin **conexión a Internet** y sin **correo electrónico**. De éstas, a 20 de cada 100 les sería imposible realizar su trabajo y 40 de cada 100 sólo podría realizar una parte. Únicamente el 15% podría desarrollar su trabajo normalmente sin contar con estas herramientas.
- Casi la mitad de las mujeres no podría prescindir del **fax** para el desempeño de su trabajo; sólo una cuarta parte podría llevar a cabo la mayoría de sus tareas, reduciéndose al 17% las mujeres que las desarrollarían en su totalidad.
- El **teléfono móvil** es la tecnología de la que las mujeres innovadoras dicen sentirse más independientes a la hora de desarrollar sus tareas profesionales. No obstante, el porcentaje de mujeres que afirma no poder desarrollar su trabajo o sólo una parte de éste asciende al 34%.

Tal y como se puede comprobar en la siguiente tabla, la disponibilidad de equipamiento informático, y de equipos y servicios de comunicaciones en los lugares de trabajo de las encuestadas refleja las necesidades existentes de estas tecnologías en el ámbito laboral. Esto es, la disponibilidad de TIC y el grado de dependencia de éstas para el desempeño de la actividad profesional por parte de estas mujeres están estrechamente relacionados. A excepción de la conexión a Internet y el correo electrónico, las tecnologías analizadas guardan el mismo orden de prioridad tanto en su disponibilidad como en su necesidad.

Tabla 4.2. Necesidad de las TIC en el entorno laboral por parte de las mujeres encuestadas.

Disponibilidad de TIC en el lugar de trabajo	Necesidad de las TIC para el desarrollo habitual de la actividad profesional
1. Ordenador personal (92%)	1. Ordenador personal (89,5%)
2. Conexión a Internet (89,5%)	2. Correo electrónico (84,5%)
3. Correo electrónico (89,5%)	3. Conexión a Internet (75,5%)
4. Fax (88,5%)	4. Fax (74%)
5. Teléfono móvil (70%)	5. Teléfono móvil (64,5%)

Fuente: Encuesta Mujeres y Sociedad de la Información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.

Base: Total de mujeres encuestadas.

Nota: los porcentajes indicados corresponden a la agrupación de las categorías “no podría realizar mi trabajo”, “sólo podría realizar una parte de mi trabajo” y “podría realizar gran parte de mi trabajo”, esto es, se ha excluido el grupo de mujeres que podrían realizar su trabajo normalmente.

Los datos aportados según los distintos grupos ocupacionales de las encuestadas acerca de la necesidad de las TIC para el desarrollo de sus actividades profesionales indican que:

- Las **profesoras** son las que más necesidad tienen del ordenador personal, tanto fijo como portátil. El 90% señala no poder realizar su trabajo sin disponer de esta herramienta, (de este porcentaje, el 40% afirma poder realizar sólo parte del trabajo) y no llega al 3% las que podrían desarrollarlo en su totalidad.

Lo mismo ocurre con Internet y el correo electrónico, puesto que de nuevo son las profesoras las que en menor número pueden prescindir de estas tecnologías para el desempeño de sus tareas laborales. Más del 70% de las docentes no podría realizar su trabajo sin estar conectada a la red (de este porcentaje, el 47,5% afirma que sólo podría realizar parte del mismo), y tan sólo el 5% podría prescindir del correo electrónico para desempeñarlas.

Sin embargo, y a diferencia del resto de los grupos de mujeres, las profesoras son las que en mayor medida pueden prescindir del fax. No llega al 8% las que indican no poder desempeñar su actividad sin contar con esta herramienta, mientras que casi el 43% podría desarrollar su trabajo normalmente y el 30%, gran parte del mismo.

Por último, el teléfono móvil no es valorado por las docentes como una herramienta para el desarrollo de su actividad profesional. El 63% podría realizar su trabajo en su totalidad y el 23%, gran parte de sus tareas laborales.

- Las **profesionales y empresarias** muestran un comportamiento muy similar con relación al grado de dependencia de las TIC para el desarrollo habitual de su actividad. Algo más del 75% de las profesionales y de las empresarias no podría realizar su trabajo sin contar con ordenador personal (un 50%), o sólo podría realizar una parte de sus tareas (un 25%), mientras que únicamente el 11% indica que podría prescindir de él.

Entre las profesionales no llega al 20% las que podrían desarrollar su actividad laboral normalmente sin tener acceso a Internet y al correo electrónico, mientras que con el fax y el teléfono móvil, a diferencia del grupo de las profesoras, manifiestan una mayor dependencia. Aproximadamente más de la mitad de las mismas no podría desarrollar su trabajo sin fax (25%) o sólo una parte del mismo (casi el 30%), siendo las empresarias las que manifiestan mayor dependencia del teléfono móvil (no llega al 18% las que podrían realizar su trabajo normalmente sin esta tecnología).

Por su parte, las informadoras clave señalan un elevado grado de necesidad de las tecnologías más novedosas. Mayoritariamente, afirman no poder realizar su actividad habitual sin la disponibilidad de ordenador personal, Internet y correo electrónico.

En los **grupos de discusión**, la mayoría de las estudiantes reconoce que el PC es de gran utilidad para los trabajos de clase que desarrollan en la universidad y las programadoras expresan que no podrían trabajar sin PC. Asimismo, estas últimas señalan que Internet no es tan importante en el desarrollo de sus tareas profesionales y podrían prescindir de su uso. Con respecto al correo electrónico hay división de opiniones: mientras que algunas programadoras afirman poder realizar su trabajo sin esta herramienta, otras la consideran fundamental.

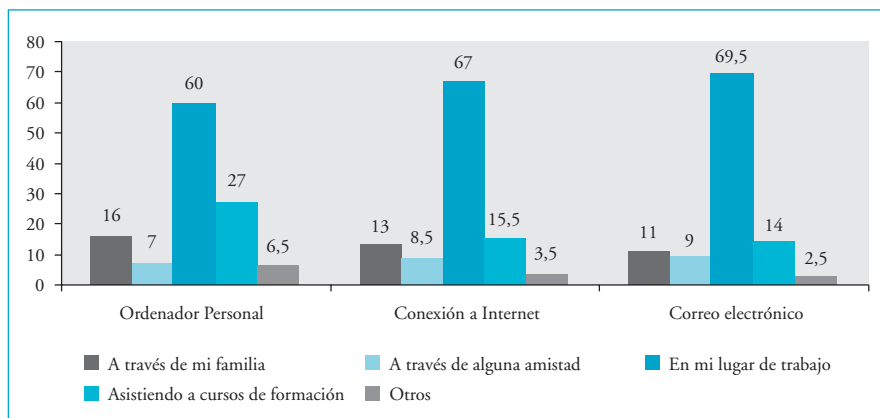
Las secretarías apuntan que no podrían trabajar sin PC y sin correo electrónico. Ahora bien, aquellas participantes que tienen Intranet en su empresa, indican que podrían prescindir de la conexión a Internet.

En general, se observa que las mujeres innovadoras de Andalucía consideran el ordenador personal como herramienta esencial en el desarrollo de su actividad profesional. En concreto, las profesoras son las que manifiestan una mayor dependencia del ordenador personal, del acceso a Internet y del correo electrónico, mientras que las empresarias valoran especialmente el teléfono móvil y las profesionales, el fax y el correo electrónico.

2.4. INICIACIÓN EN EL USO DE LAS TIC

En cuanto al modo de inicio en el uso de las TIC, y según los datos recogidos, se puede afirmar que la mayoría de las mujeres encuestadas se ha iniciado en la utilización de estas tecnologías en sus lugares de trabajo.

Gráfico 4.6. Modo de inicio en las TIC.



Fuente: Encuesta Mujeres y Sociedad de la Información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

El 60% de las encuestadas indica que es en el lugar de trabajo donde se han iniciado en la utilización del ordenador personal fijo. Le sigue un 27% que se ha iniciado asistiendo a cursos de formación; un 16%, a través de su familia, y un 7%, a través de alguna amistad.

También el modo de inicio en el uso de Internet y del correo electrónico es para casi el 70% de estas mujeres su lugar de trabajo; para el 15%, los cursos de formación; para algo más del 10%, la familia, y para el 9%, alguna amistad.

Como se puede observar, los porcentajes obtenidos para las distintas tecnologías son similares y no presentan diferencias; únicamente destaca el volumen de mujeres que se iniciaron en el PC a través de cursos de formación, que duplica el número de ellas que han recibido formación como modo de inicio en Internet y el correo electrónico.

Tampoco se aprecian grandes diferencias en los modos de inicio según grupos profesionales. Los distintos grupos se han iniciado, en su mayoría, en los lugares de trabajo, seguido de la asistencia a cursos de formación y, por último, a través de algún familiar o amistad.

Son las profesoras y las profesionales las que en mayor medida se han iniciado en el PC a través de sus lugares de trabajo (65% y 62%, respectivamente), siendo el grupo de las empresarias (con un 55%) el que menos. Sin embargo, en la iniciación a través de la asistencia a cursos de formación, son las empresarias y profesionales las que mayor representación tienen (28% para ambos casos), siendo estas últimas las mujeres que en menor volumen han accedido a esta TIC a través de su familia.

También son las profesoras las que con mayor frecuencia se han iniciado en Internet y correo electrónico en sus lugares de trabajo (73%) y a través de cursos de formación (18%), seguidas de las profesionales. Las empresarias lo han hecho en mayor medida a través de su familia (17%).

Para la mayoría de las mujeres entrevistadas también es el lugar de trabajo el modo de inicio más frecuente en la utilización de las TIC, fundamentalmente para Internet y el correo electrónico, seguido de los cursos de formación y especialización, amistades y familia, y, por último, sus carreras profesionales.

No obstante, entre estas mujeres es más heterogéneo el modo de inicio y se aprecia que para algunas de las entrevistadas ha sido la familia su primer punto de contacto con la informática, aunque después su formación se haya llevado a cabo de forma autodidacta.

Hay que destacar este carácter de las entrevistadas. Casi la totalidad de estas mujeres manifiesta un aprendizaje autodidacta en el manejo de estas herramientas, aun habiendo tenido diferentes puntos de contacto y modos de inicio.

“En mi generación no ha habido un aprendizaje formalizado de informática. El manejo que tengo de las TIC es el propio de un usuario. No he realizado cursos de formación específicos sobre TIC. Cuando empecé a trabajar con el PC mi visión de esta herramienta es que se trataba de una máquina de escribir que te permitía guardar el trabajo realizado. Para mí la informática es un medio, una herramienta de trabajo y mi sentido práctico de la vida me ha motivado a aprender aquellas cosas de las que puedo sacar partido. En este sentido, he sido autodidacta, y lo mismo me ha ocurrido con otras tecnologías como el teléfono móvil o el coche (le han interesado cuando les ha visto la utilidad real). Conozco y manejo los programas que necesito para mi trabajo; cuando necesito alguna información técnica sobre alguna cuestión informática específica (sobre todo temas relacionados con la seguridad) acudo a amigos informáticos que me solucionan los problemas”.

“Me inicié por curiosidad de forma autodidacta y con el apoyo de los amigos”.

“Me inicié en la informática básica a través de mi familia, y el aprendizaje posterior fue fundamentalmente autodidacta. Mi incorporación a Internet tuvo lugar varios años después a partir de un curso de cinco horas de ‘iniciación’ a la navegación y al uso del correo electrónico. Esta formación se completó con años de práctica y un curso especializado de ‘Expertos en Internet’ de 400 horas, en el Parque Tecnológico de Andalucía, y que fue el ‘germen’ de mi posterior desarrollo profesional en la Red”.

Con respecto a los grupos de discusión mantenidos hay que apuntar que:

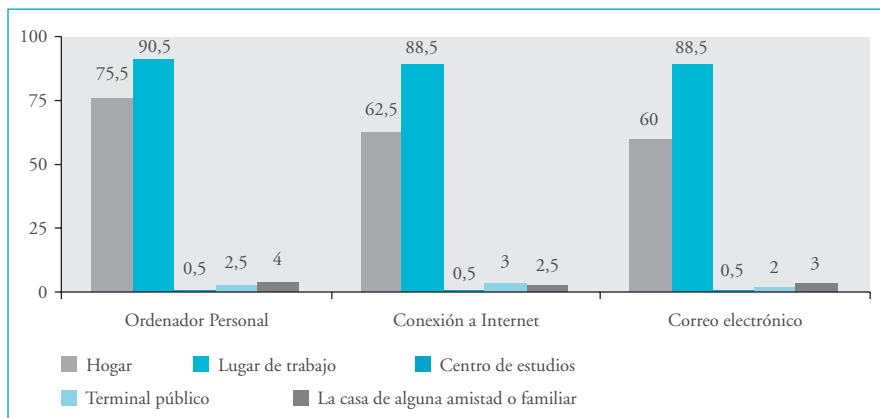
- Para algunas de las **estudiantes** el primer contacto con la red ha sido a través de un curso de formación impartido en la universidad. En los casos de las participantes con acceso a Internet desde su hogar, el primer contacto con la red ha estado vinculado a la utilización de esta herramienta por sus familiares (ya que la adquisición del ordenador personal es, la mayor parte de las veces, iniciativa de los hombres de la familia).
- Por su parte, la totalidad de las **programadoras informáticas** se iniciaron en el uso de las TIC a través de cursos relacionados con su carrera universitaria y a través de cursos impartidos por la propia empresa.
- En relación con las **secretarias**, se ha de resaltar que de la misma manera que las entrevistadas, y a diferencia del resto de las participantes en los grupos de discusión, estas mujeres se consideran autodidactas. Según manifiestan *“los inicios en el uso del PC en el trabajo fueron difíciles porque tuvimos que aprender solas”*, aunque continúan diciendo que *“actualmente, hay una mayor concienciación en las empresas sobre la necesidad de dar formación en TIC e incluso ofrecen cursos formativos obligatorios de actualización de conocimientos de informática, idiomas, etc.”*. Sin embargo, y según las opiniones manifestadas, la empresa no les facilita formación para todos los programas informáticos que necesitan utilizar en su trabajo, por lo cual han tenido que ser autodidactas en el aprendizaje de muchos de estos programas.

Como conclusión, es necesario destacar que el modo de inicio en la utilización de las TIC ha sido para la mayoría de las encuestadas y entrevistadas el lugar de trabajo (fundamentalmente, para el correo electrónico e Internet), seguido de la asistencia a cursos de formación, la familia o alguna amistad. Por el contrario, para la mayoría de las participantes en los grupos de discusión, el modo de inicio más frecuente ha sido la asistencia a cursos de formación o a través de la familia. Sin embargo, destaca el carácter autodidacta de las entrevistadas y secretarias en el manejo de las TIC.

2.5. LUGAR DE ACCESO A LAS TIC

La mayoría de las mujeres encuestadas acceden a las TIC desde sus lugares de trabajo, seguido de sus hogares; también a gran distancia, desde la casa de algún familiar o amigo, y, en último lugar, desde un terminal público.

Gráfico 4.7. Lugar de acceso a las TIC.



Fuente: Encuesta Mujeres y Sociedad de la Información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

Prácticamente, el 90% de estas mujeres accede desde su lugar de trabajo al ordenador personal, al correo electrónico y se conecta a Internet. Desde sus hogares, el 75% accede al PC y el 60%, a Internet y correo. Los otros lugares de acceso apenas tienen representación; así, aproximadamente el 4% accede al ordenador desde la casa de algún amigo o familiar, y el 3% se conecta a Internet desde un terminal público.

En general, no se aprecian grandes diferencias en los datos obtenidos por grupos de mujeres.

- El 100% de las **profesoras** accede al ordenador, Internet y correo electrónico desde el lugar de trabajo. Desde el hogar, el 75% accede al ordenador y el 60%, a Internet y al correo electrónico. Sólo el 3% de estas mujeres ha accedido a las TIC desde la casa de un amigo o familiar, o desde un terminal público.
- El 90% de las **empresarias** accede al PC desde su lugar de trabajo y el 85%, a Internet y al correo electrónico. Desde el hogar, el 73% al PC, el 58%, a Internet y el 53%, al correo electrónico. Son las empresarias las que en mayor medida acceden a las TIC desde la casa de un amigo o familiar, al mismo tiempo que son las que en menor porcentaje lo hacen desde un terminal público.

- 87 de cada 100 **profesionales** acceden al PC, Internet y correo electrónico desde el lugar de trabajo, mientras que desde el hogar, desciende al 78% para el PC y al 68% para Internet y correo electrónico. Este grupo es el que en mayor número accede desde un terminal público y desde el hogar; evidentemente, es el que más convierte su hogar en lugar de trabajo.

Como se puede comprobar en la siguiente tabla, los datos obtenidos en cuanto a disponibilidad de tecnologías por parte de las mujeres encuestadas son coherentes con los del acceso a las mismas. Cuanto mayor es la disponibilidad de TIC mayor es el acceso, y al contrario, donde el acceso disminuye probablemente la dotación es menos elevada.

Tabla 4.3. Orden de prioridad en la disponibilidad y lugar de acceso a las TIC para el total de mujeres encuestadas.

Tecnología	Disponibilidad de TIC		Lugar de acceso a las TIC	
	En el lugar de trabajo	En el hogar	En el lugar de trabajo	En el hogar
Ordenador Personal Fijo	92%	82%	90,5%	75,5%
Ordenador Personal portátil	27%	25%	25,5%	22%
Internet	89,5%	67%	89,5%	62,5%
Correo electrónico	89,5%	64,5%	88,5%	60%
Fax	88,5%	24,5%	85,5%	19,5%

Fuente: Encuesta Mujeres y Sociedad de la Información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.

Base: Total de mujeres encuestadas.

Las **mujeres entrevistadas**, al igual que las mujeres de la encuesta, coinciden en señalar como lugares de acceso a las TIC el lugar de trabajo, en primer lugar, y su hogar, en segundo. Algunas acceden también desde las casas de sus amistades (los fines de semana) y una de ella señala que alguna vez lo ha hecho desde algún terminal público: *“utilizo el PC todos los días desde el trabajo e Internet; alguna vez lo he hecho desde un terminal público”*.

La mayoría de las entrevistadas tienen un acceso intenso a la red desde su lugar de trabajo (prácticamente están conectadas todo el día). Desde el hogar, en su mayoría lo hacen varias veces por semanas, seguida de las que lo hacen todos los días: *“las características del trabajo que desarrollo hacen que la mayor parte de la utilización de las TIC la haga desde el hogar”*. Para una minoría esta frecuencia es habitual: *“utilizo el ordenador en el trabajo todos los días y suelo llevarme trabajo a casa con el portátil”*. Por el contrario, una de ellas señala: *“utilizo las TIC para temas exclusivamente profesionales. Desde el hogar no accedo a ninguna tecnología, ni para temas personales”*.

En relación con los **grupos de discusión**, hay que señalar que entre las estudiantes universitarias lo habitual es utilizar el ordenador personal en casa. Respecto a Internet, las estudiantes que no disponen de conexión en su hogar, se conectan desde cibercafés o desde la universidad, aunque añaden que el uso de Internet en la facultad tiene restricciones y a él se accede con dificultad: *“suele haber conexión a Internet en la biblioteca y en las aulas de informática, pero los usos que se pueden hacer desde estos PC están restringidos a la actividad docente. Además, los equipos disponibles son insuficientes con relación al número de alumnos”*.

Las programadoras acceden a las TIC tanto desde el trabajo como desde casa con una frecuencia muy intensa. Las secretarias, por su parte, indican como lugares de acceso y, en este orden, el lugar de trabajo, el hogar y la biblioteca. Algunas de estas mujeres acuden a la biblioteca para conectarse a Internet, ya que les resulta difícil hacerlo desde casa porque normalmente está siendo utilizado por otros miembros de la familia: *“hasta que no pueda comprarme un portátil me desplazaré a la biblioteca pública para acceder a Internet. En la biblioteca encuentro a bastantes mujeres a las que les sucede lo mismo”*.

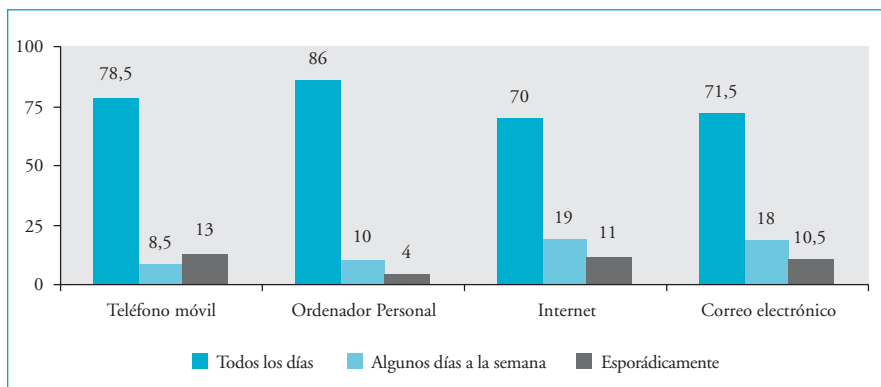
En síntesis, la mayoría de las mujeres, tanto las encuestadas (90%) como las entrevistadas, acceden a las TIC desde sus lugares de trabajo, seguido de los hogares (75%); a mayor distancia, desde la casa de algún familiar o amigo, y, en último lugar, desde un terminal público.

En general, no se aprecian grandes diferencias en los datos desagregados por grupos ocupacionales de mujeres. La totalidad de las profesoras accede a las TIC desde su lugar de trabajo, descendiendo este porcentaje en el hogar. Son las empresarias las mujeres que en mayor volumen acceden a las TIC desde la casa de un amigo o familiar, y las profesionales las que en mayor número lo hacen desde un terminal público y desde el hogar.

2.6. FRECUENCIA DE USO DE LAS TECNOLOGÍAS

Cuando se ha preguntado a las mujeres encuestadas la frecuencia de uso de estas tecnologías, los datos aportados señalan que es muy elevada. El 86% de las mujeres usa todos los días el ordenador personal; el 79%, el teléfono móvil; el 72%, el correo electrónico; el 70%, Internet, y el 43%, el fax.

Gráfico 4.8. Frecuencia de uso de las TIC para el total de mujeres encuestadas.



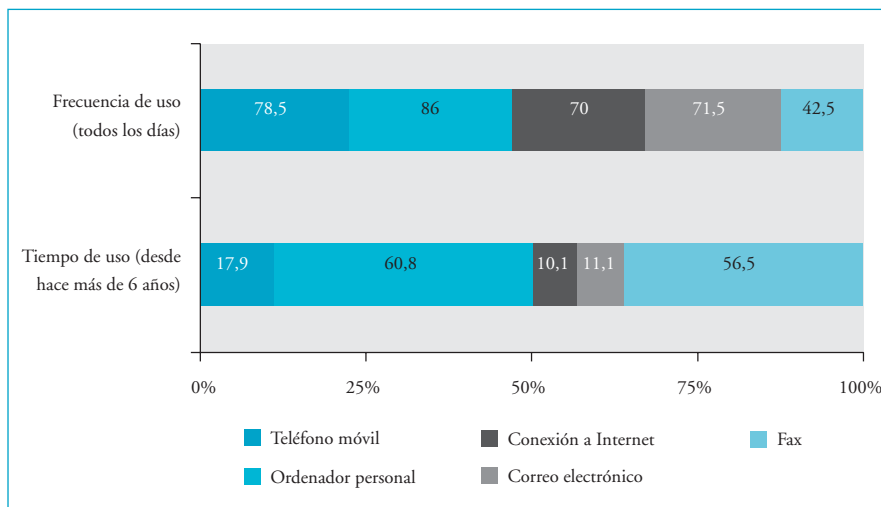
Fuente: Encuesta Mujeres y Sociedad de la Información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.

Base: Total de mujeres encuestadas.

Nota: La categoría "esporádicamente" agrupa las categorías "algunas veces al mes", "ocasionalmente" y "NS/NC".

Si se comprueba la correspondencia de estos datos con los aportados por las encuestadas con relación a su experiencia con las TIC (tiempo transcurrido desde la iniciación en el uso de estas TIC), se observa cómo no existe una correlación clara entre el tiempo y la frecuencia de uso de las tecnologías, lo que podría estar relacionado con el proceso de sustitución de unas tecnologías por otras.

Gráfico 4.9. Orden de prioridad según experiencia (desde hace más de 6 años) y frecuencia (todos los días) de uso de las TIC.



Fuente: Encuesta Mujeres y Sociedad de la Información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.

Base: Total de mujeres encuestadas.

El hecho de que una tecnología se utilice desde hace un periodo de tiempo más largo no implica un uso más frecuente. Por ejemplo, el fax es una tecnología que se utiliza desde hace bastante tiempo y, sin embargo, su frecuencia de uso es muy limitada debido a su sustitución por el correo electrónico. Ciertamente, aún quedan barreras por salvar en determinados aspectos: el fax es de obligado uso para determinadas gestiones administrativas. En sentido contrario, el portátil, que, sigue siendo caro, parece estar restringido a personas que trabajan desde cualquier lugar. Por otra parte, Internet y el correo electrónico son las TIC que se han incorporado en la vida de estas mujeres más recientemente y, sin embargo, su uso es habitual.

Los datos desagregados por grupos profesionales manifiestan que estas tecnologías son utilizadas por la mayoría de las encuestadas cotidianamente. No obstante, son las **empresarias** las que en mayor número utilizan todos los días el ordenador personal (casi el 90%), así como Internet y el correo electrónico (el 75%), y el fax (el 54%). El teléfono móvil es utilizado a diario por casi el 85% de estas mujeres.

Entre las **profesoras**, destaca la baja frecuencia en el uso del teléfono móvil (algo más de la mitad lo usa diariamente y casi el 33%, esporádicamente) y del fax (no llega al 8%), mientras que para el resto de las tecnologías la intensidad en el uso (todos los días) asciende a más del 80% para el PC y a un 70% para Internet y correo electrónico.

Las **profesionales** son las mujeres encuestadas que en mayor volumen utilizan diariamente el teléfono móvil (casi el 87%). El ordenador personal es utilizado todos los días por el 86%, el correo electrónico por el 68%, Internet por el 65% y, por último, el fax por casi la mitad de las profesionales.

Las **mujeres entrevistadas** también han manifestado tener una frecuencia de uso de las TIC muy intensa. Según señalan, están conectadas a la red todo el tiempo que pasan en su lugar de trabajo, o bien conectan varias veces al día. Desde el hogar, la mayoría lo hace varias veces por semanas, seguida de las que lo hacen todos los días.

En los **grupos de discusión**, las estudiantes utilizan el PC habitualmente para realizar trabajos académicos y la frecuencia de uso se relaciona con el volumen de trabajo. La búsqueda de información en Internet para realizar trabajos es ocasional. Sin embargo, otros servicios de Internet tienen una mayor aceptación y su frecuencia de uso es diaria, como es el caso de la búsqueda de empleo. En este caso concreto algunas de las participantes están suscritas a páginas Web especializadas en empleo y reciben diariamente información ajustada a su perfil profesional, que a su vez reenvían a amigos a través del correo electrónico. Por otra

parte, se observa en algunas de las participantes un uso mínimo del correo electrónico, mientras que otras lo utilizan únicamente para la comunicación con sus amistades, pero no con mucha frecuencia.

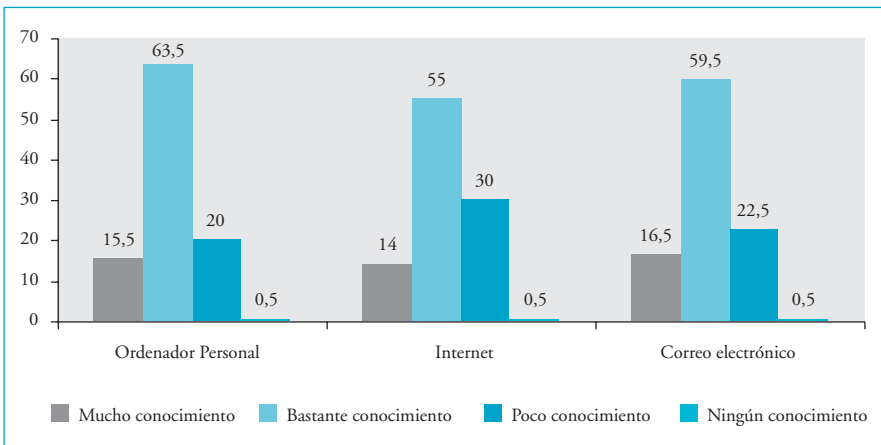
Algunas de las estudiantes afirman que no realizan un uso muy frecuente del PC porque sus familiares lo monopolizan o, incluso, en algún caso, se han visto privadas del PC porque lo ha requerido otro miembro de la familia para establecerse profesionalmente (en su oficina), con lo que sus posibilidades de acceso se ven reducidas.

Las programadoras acceden a las TIC con una frecuencia muy intensa, diariamente, tanto desde el trabajo como desde casa. Del mismo modo, la mayoría de las secretarías acceden a Internet y utilizan el correo electrónico todos los días desde sus lugares de trabajo. Sin embargo, desde casa esta frecuencia desciende debido a la falta de tiempo y a que suelen ceder su tiempo de uso a otros miembros de la familia, tanto hijos como maridos y hermanos. Las secretarías y las estudiantes son las mujeres de nuestro estudio que más insisten en que el uso de las TIC desde el hogar está monopolizado por parte de los hombres.

2.7. NIVEL DE CONOCIMIENTO EN EL MANEJO DE LAS TIC

El nivel de conocimiento de las TIC que manifiestan las mujeres encuestadas es muy elevado. Casi el 80% de estas mujeres afirma tener mucho-bastante conocimiento del manejo del ordenador personal; algo más del 75% del correo electrónico y casi el 70% de Internet, mientras que sólo una cuarta parte de las mujeres encuestadas indica tener poco conocimiento.

Gráfico 4.10. Nivel de conocimiento en el uso de las TIC para el total de mujeres encuestadas.



Fuente: Encuesta Mujeres y Sociedad de la Información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

Tras el análisis de los datos aportados por las encuestadas según grupos ocupacionales, se comprueba que son las profesoras las que mayor nivel de conocimiento manifiestan acerca de estas tecnologías. Aproximadamente 90 de cada 100 expresan mucho o bastante conocimiento en el manejo de las mismas, y de este porcentaje una cuarta parte afirma poseer mucho conocimiento. No llega al 8% las profesoras que indican tener poco conocimiento acerca del correo electrónico, un 10%, del PC, y 12%, de Internet.

El 83% de las profesionales manifiesta tener mucho-bastante conocimiento del PC, el 72%, del correo electrónico, y el 67%, de Internet.

Aproximadamente, el 70% de las empresarias tiene mucho-bastante conocimiento del PC y el correo electrónico y el 62%, de Internet.

Los resultados extraídos de las entrevistas en profundidad son similares a los obtenidos a través de la encuesta. La mitad de las entrevistadas poseen un conocimiento avanzado de las TIC y la otra mitad un conocimiento a nivel de usuario. Además, señalan en su mayoría que este conocimiento les ha ayudado mucho como instrumento de trabajo para estar bien comunicadas e informadas.

En relación con la información obtenida a través de los grupos de discusión, se comprueba cómo las estudiantes han adquirido en la universidad algunos conocimientos sobre programas concretos (Excel y Access), y con menor frecuencia, sobre Internet. Aun así, manifiestan una opinión unánime respecto a la insuficiencia de la formación adquirida sobre TIC dado los escasos materiales para la realización de las clases prácticas de informática, la inadecuada didáctica de las clases, la no actualización de los programas utilizados, etc.

Las programadoras, consideran que la formación que recibieron es insuficiente, aunque algunas también consideran que muchas de las herramientas (lenguajes y programas) que utilizan en el trabajo son obsoletas.

La mayoría de las secretarías, saben utilizar con soltura los paquetes ofimáticos, así como Internet y el correo electrónico.

2.8. POSIBILIDADES DE INTERNET Y EL CORREO ELECTRÓNICO

Las posibilidades que el uso de las tecnologías ofrece a las entrevistadas son: realización de gestiones electrónicas (para el 68%), trabajar desde casa (74%) o desde cualquier lugar (67%), y la realización de cursos de formación (54%).

Por el contrario, 61 de cada 100 mujeres señalan como aspecto negativo de estas TIC la exigencia de dedicar mucho tiempo a la formación en nuevas tecnologías y casi el 37% comenta que el hecho de disponer de estas TIC las obliga a llevarse trabajo a casa.

En concreto, y para el caso del correo electrónico, estas mujeres indican como posibilidades el intercambio de información y comunicación (94%), y la comunicación con las amistades y con la familia (77%). Sin embargo, el 28% afirma que el correo electrónico absorbe mucho tiempo.

Para el caso específico de Internet, señalan el acceso instantáneo a la información (87%) como posibilidad. Como inconveniente, algo más de la mitad (53,5%) afirma que las posibilidades de información que ofrece Internet les obliga a una mayor exigencia sobre la calidad de su trabajo. Al mismo tiempo destacan que, dado el gran volumen de información que ofrece Internet, se requiere mucho tiempo para analizarla.

Si se comparan estos datos con los aportados por las encuestadas en relación con los principales usos de Internet y correo electrónico que se verá en apartados posteriores, se puede señalar que:

- El principal uso de estas tecnologías por parte de estas mujeres es la búsqueda de información, seguido del correo electrónico para la comunicación con amigos y familiares, y del trabajo en red. Por tanto, los usos de Internet y correo electrónico que hacen las encuestadas están en estrecha relación con las posibilidades que según ellas tienen dichas tecnologías.
- Cabe resaltar que, aunque se observa por los datos aportados que las encuestadas hacen un escaso aprovechamiento de Internet y el correo para la realización de cursos de formación (12,5%), cuando se les ha preguntado por las posibilidades de estas tecnologías más de la mitad de estas mujeres (54%) señala como posibilidad la realización de cursos *on line*.
- Algo parecido ocurre con la realización de gestiones como telecompra o teleservicios: sólo el 35% hace uso de este servicio, y, sin embargo, el 86% lo señala como posibilidad.

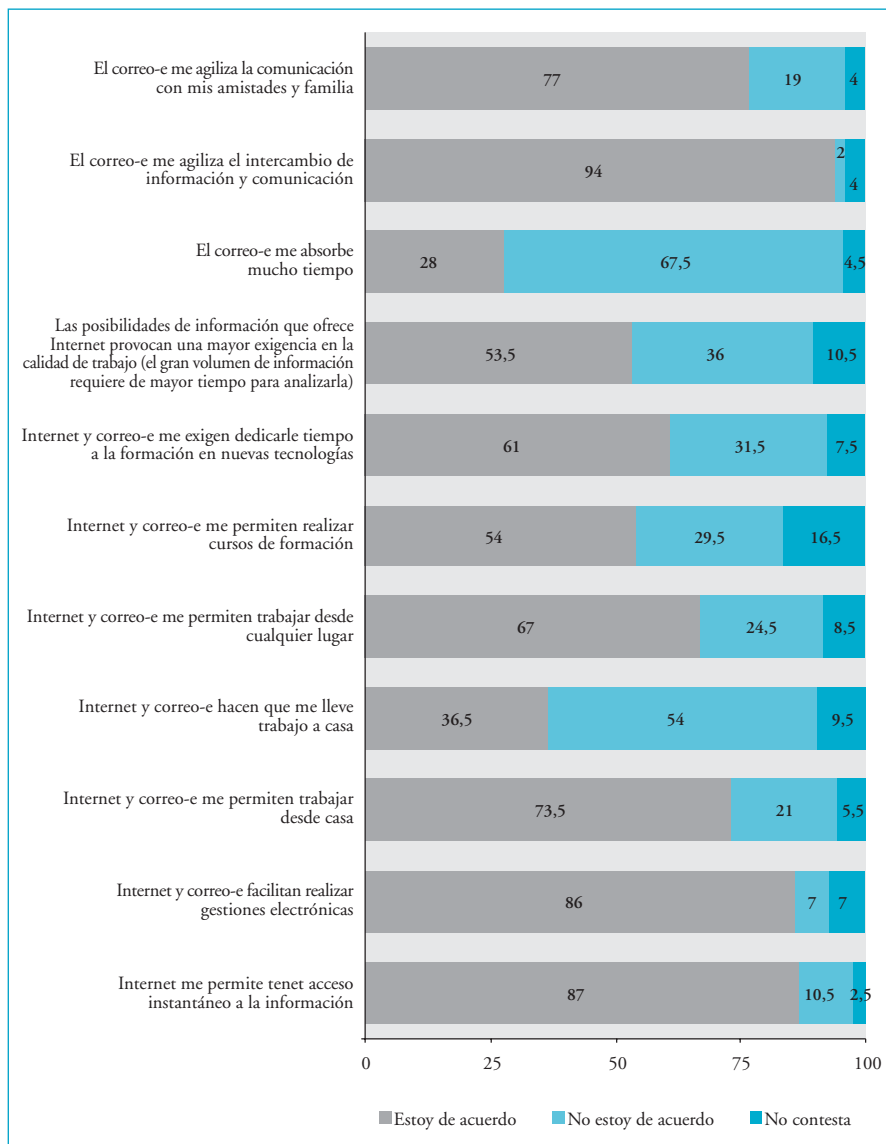
Si se analizan los datos por grupos de mujeres, las posibilidades que las encuestadas encuentran en estas tecnologías son prácticamente las mismas y en porcentajes similares para los distintos grupos de mujeres.

En relación con estas cuestiones, las **estudiantes universitarias** manifiestan para el caso concreto de la búsqueda de empleo las posibilidades de enviar e intercambiar información, así como la búsqueda de información. En el ámbito personal consideran que hay servicios muy cómodos (la reserva de billetes, entradas de cine, etc.); sin embargo, según algunas opiniones los buscadores no son muy eficaces y, en ocasiones, hacen perder el tiempo.

Para las **programadoras** estas tecnologías agilizan el intercambio de información y comunicación, aunque piensan que en Internet hay demasiada información que no está bien organizada.

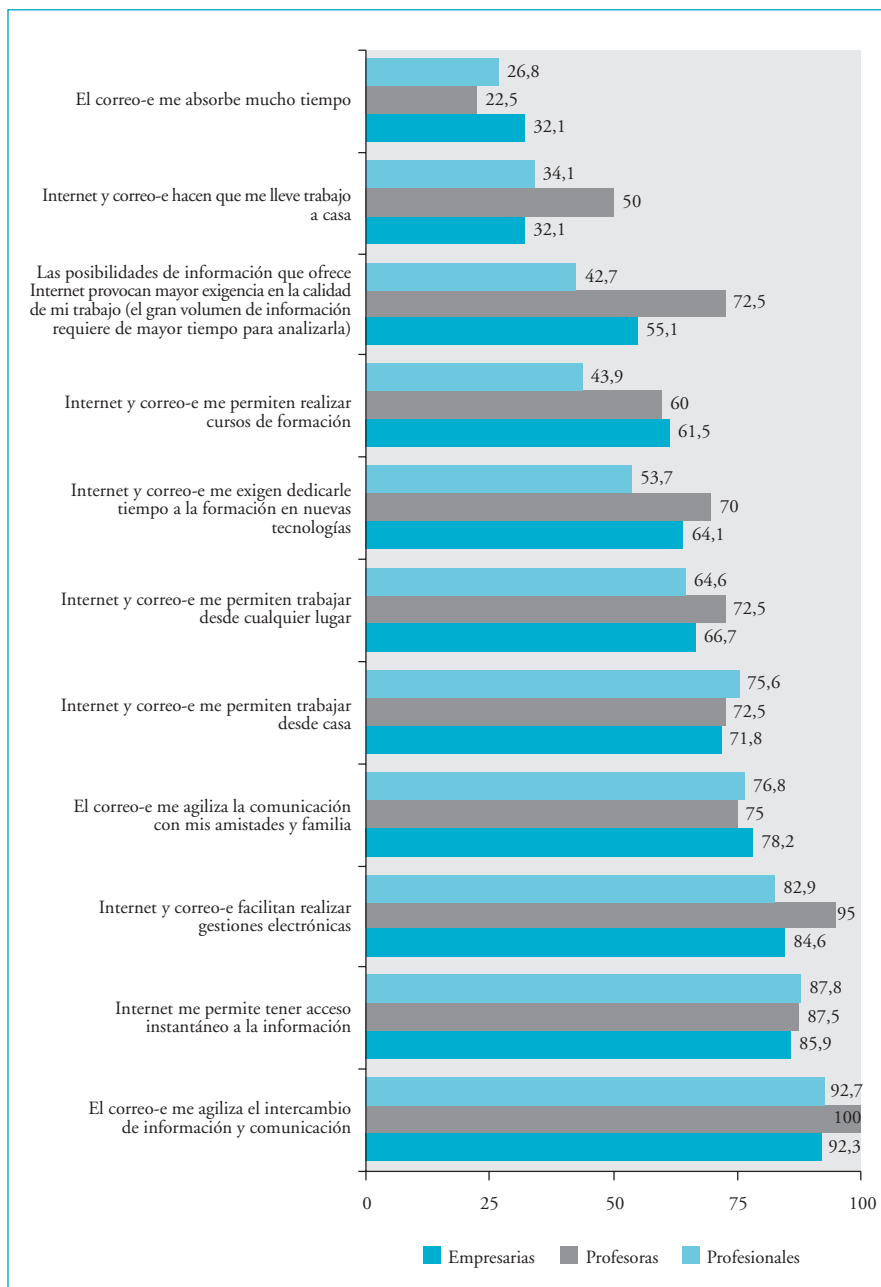
El 95% de las **secretarias** se comunica a través del correo electrónico: “*se ha suprimido casi por completo el uso del fax y el archivo de documentación en papel. También se hace menos uso del teléfono*”.

Gráfico 4.11. Posibilidades de Internet y correo electrónico para el total de mujeres encuestadas.



Fuente: Encuesta Mujeres y Sociedad de la Información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

Gráfico 4.12. Grado de acuerdo con las posibilidades de Internet y correo electrónico según grupos de mujeres encuestadas.



Fuente: Encuesta Mujeres y Sociedad de la Información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
 Base: Total de mujeres encuestadas.

3. USOS DE LAS TIC POR PARTE DE LAS MUJERES

En este epígrafe se trata de determinar los principales usos de las TIC que hacen las mujeres tanto en el trabajo como en la vida privada. También se incluyen cuestiones sobre la demanda de servicios y contenidos en Internet por parte de las mujeres. Con ello, se intenta elaborar una tipología de usos de las TIC por parte de los diferentes perfiles de mujeres establecidos en esta investigación. El objetivo que se pretende es contrastar argumentos expuestos por los expertos consultados en los paneles acerca de la mayor eficiencia y pragmatismo de las mujeres en el uso de las TIC con respecto a los hombres, su superior adaptabilidad a la SI debido a sus capacidades de comunicación y pensamiento en red, o su mayor flexibilidad ante los cambios que están generando las TIC en el mercado laboral.

3.1. PRINCIPALES USOS DEL TELÉFONO MÓVIL

Respecto a los tres principales usos del teléfono móvil, son los mismos para los tres subgrupos de mujeres encuestadas (empresarias, profesionales y profesoras):

- el uso principal es por motivos personales o familiares (para el 91% de las 200 mujeres encuestadas);
- el segundo es por razones de trabajo (84%), y
- el tercero es para realizar gestiones personales diversas (49,5%).

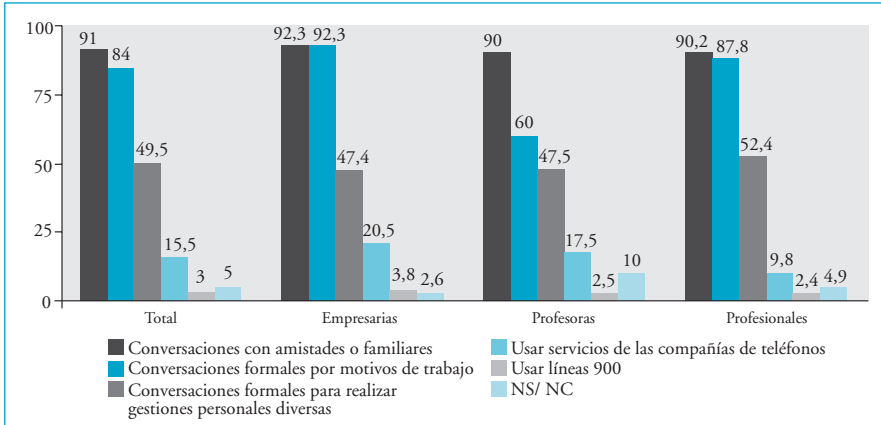
Sin embargo, como se puede observar en el **gráfico 4.13.**, se aprecian diferencias entre los tres subgrupos en cuanto a los porcentajes de uso del móvil por motivos de trabajo. Lógicamente, el porcentaje es muy inferior en el caso de las profesoras (60%) con respecto al uso de las empresarias (92,3) y demás profesionales (87,8), ya que las actividades de estas últimas implican más desplazamientos y gestiones fuera de la sede de su empresa o institución.

El uso del móvil concuerda con las respuestas sobre disponibilidad de móvil en el trabajo y con la dependencia del mismo para realizar las tareas profesionales.

En conclusión, el teléfono móvil es una tecnología completamente incorporada en la vida de las mujeres, utilizada mayoritariamente en el ámbito personal; al contrario que, como veremos a continuación, otras TIC, como el PC o Internet, empleadas más en el trabajo que en la vida privada. El uso del teléfono móvil para comunicaciones con amigos y familiares es también el primer uso a nivel nacional según datos del Barómetro del CIS de septiembre de 2001.

Veremos más adelante que muchas mujeres consideran el PC e Internet como tecnologías imprescindibles en su trabajo pero no en el ámbito personal, mientras

Gráfico 4.13. Principales usos del móvil según grupos de mujeres.



Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

que el teléfono móvil es más necesario para las mujeres encuestadas por motivos personales que de trabajo. Sólo en el caso de las empresarias, y debido a los desplazamientos que su trabajo suele conllevar, el uso del móvil en el trabajo es equivalente a su uso en la vida privada.

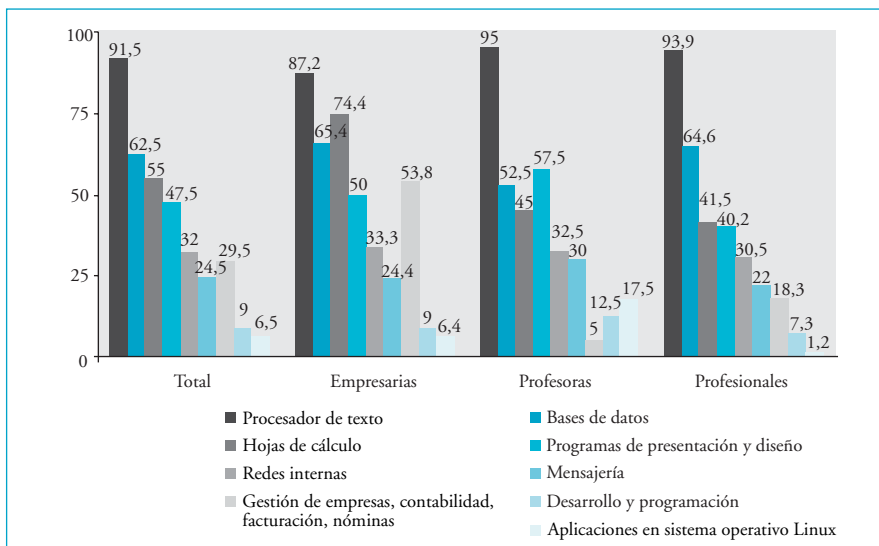
3.2. PRINCIPALES PROGRAMAS INFORMÁTICOS UTILIZADOS

En cuanto a las aplicaciones informáticas más utilizadas en el trabajo por parte de las mujeres encuestadas (ver gráfico 4.14.), destacan los procesadores de textos, las bases de datos, las hojas de cálculo y los programas de presentación y diseño, seguidos por las aplicaciones de mensajería y redes internas.

Los procesadores de texto constituyen la principal aplicación ofimática utilizada, independientemente de la ocupación o situación profesional de las mujeres. Sin embargo, existen diferencias con el resto de los programas informáticos. Los programas de hojas de cálculo se sitúan como la segunda aplicación ofimática más utilizada por las empresarias, mientras que la segunda aplicación que más utilizan las profesoras son los programas de presentación y diseño, y las profesionales, las bases de datos. Sobresale también el uso habitual de los programas de gestión de empresas, contabilidad y facturación por el grupo de las empresarias.

Se observa, por tanto, que la ocupación profesional es el principal determinante en el uso de los programas informáticos, al igual que sucede en el caso de las mujeres entrevistadas o participantes en los grupos de discusión. En este sentido, una

Gráfico 4.14. Principales programas informáticos utilizados según grupo de mujeres.



Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

de las entrevistadas señalaba que “conoce y maneja los programas que necesita para su trabajo (programas de presentación de proyectos, hojas de cálculo, procesadores de texto), diseña sus facturas, ha digitalizado su firma, etc.”. Las mujeres innovadoras de las entrevistas en profundidad suelen utilizar más las aplicaciones de programación que las de la encuesta, pero esto es debido a que sus empleos están más relacionados con actividades informáticas (varias son informáticas o empresarias de negocios informáticos) o bien a que sus tareas profesionales incluyen la edición de contenidos en Internet, ya sea a través de boletines, portales o páginas Web. También realizan un uso más intensivo de los programas de mensajería y comunicación, ya que muchas de ellas teletrabajan total o parcialmente.

En cuanto a las participantes en los grupos de discusión, los programas informáticos utilizados son diferentes en función de los perfiles laborales de los tres grupos:

- las jóvenes estudiantes utilizan los procesadores de texto para realizar los trabajos universitarios;
- las secretarías de dirección manejan diariamente todos los programas de ofimática (procesador de textos, hojas de cálculo, bases de datos y programas de presentación y diseño) y programas de comunicación;
- por último, las jóvenes programadoras informáticas emplean para su trabajo diferentes lenguajes de programación.

Destaca el hecho de que aplicaciones informáticas como los sistemas de mensajería o las redes internas sitúan todavía en quinto y sexto lugar de uso respectivamente, lo cual puede deberse, al menos en parte, a la incorporación insuficiente de las TIC en los procesos internos de organización y funcionamiento de gran parte de las empresas y las Administraciones Públicas andaluzas, tal y como se evidenció en el Estudio *Andalucía ante la sociedad de la información*². Todavía existen bastantes empresas e instituciones que no disponen de Internet ni correo electrónico, lo cual obliga a que las comunicaciones con el exterior se tengan que realizar por vía telefónica. La disponibilidad de Intranet es todavía más baja, e incluso cuando se dispone de ésta, como algunas de las mujeres entrevistadas señalaban, su uso es todavía limitado, debido a la desconfianza que muchos trabajadores con conocimientos insuficientes en el manejo de las TIC muestran a la hora de compartir documentos en los entornos comunes.

3.3. PRINCIPALES USOS DE INTERNET Y EL CORREO ELECTRÓNICO

Tras analizar los usos de tecnologías con más años de antigüedad (teléfono móvil y PC) que efectúan las mujeres, analizaremos ahora el uso de TIC más recientes, como Internet y el correo electrónico.

Destacan en las primeras posiciones los usos de Internet y el correo electrónico para la realización de tareas profesionales o personales con objetivos específicos como la búsqueda de información concreta, la ampliación de conocimientos o la comunicación (ver tabla 4.4.). Las mujeres encuestadas utilizan principalmente Internet para la búsqueda de información. Un 97,5% del total señala esta opción como principal utilidad. A bastante distancia, la segunda opción señalada es el correo electrónico para la comunicación exclusivamente por motivos personales, esto es, con amigos y familiares (66,5%).

Si agrupamos los usos de Internet por motivos de trabajo (trabajo en red, 42%; continuación del trabajo desde casa, 37,5%; teletrabajo, 12,5%), el total (92,5%) se sitúa por encima de los usos personales, con independencia de que éstos últimos supongan una tarea doméstica, por ejemplo la telecompra, o tengan simplemente una finalidad lúdica. De hecho, el uso de Internet para jugar se sitúa en el último lugar: sólo un 10,5% de las encuestadas manifiesta que utiliza de manera frecuente Internet para jugar. Y aunque el acceso a Internet por motivos de ocio se sitúe en sexto lugar, hay que aclarar que en esta opción muchas mujeres incluyen tareas de búsqueda de información y gestiones relacionadas con el ocio o intereses de la familia como, por ejemplo, la organización de viajes.

2. Castaño, C.; Román, C.; Guerrero, M.J. y R. Ruiz (2002).

Tabla 4.4. Los usos (agregados) más frecuentes de Internet por las mujeres.

	Empresarias	Profesionales	Profesoras	Total
1	Búsqueda de información (96,2%)	Trabajo a través de la red (107,3%): a) En red (56,1%) b) Llevar trabajo en casa (39%) c) Teletrabajo (12,2%)	Búsqueda de información (100%)	Búsqueda de información (97,5%)
2	Trabajo a través de la red (87,2%): a) En red (41%) b) Llevar trabajo a casa (30,8%) c) Teletrabajo (15,4%)	Búsqueda de información (97,6%)	Trabajo a través de la red (87,5%): a) En red (32,5%) b) Llevar trabajo a casa (47,5%) c) Teletrabajo (7,5%)	Trabajo a través de la red (92%): a) En red (42%) b) Llevar trabajo a casa (37,5%) c) Teletrabajo (12,2%)
3	Comunicaciones personales (69,2%)	Comunicaciones personales (65,9%)	Comunicaciones personales (62,5%)	Comunicaciones personales (66,5%)
4	Ocio (33,3%) y Juegos (15,4%)	Ocio (26,8%) y Juegos (9,8%)	Realización de gestiones (telecompra, teleservicios) (37,5%)	Ocio (29,5%) y Juegos (10,5%)
5	Realización de gestiones (telecompra, teleservicios) (34,65%)	Realización de gestiones (telecompra, teleservicios) (34,1%)	Ocio (27,5%) y Juegos (2,5%)	Realización de gestiones (telecompra, teleservicios) (35%)
6	Ayuda a los hijos en los estudios (21,8%)	Ayuda a los hijos en los estudios (25,6%)	Teleformación (20%)	Ayuda a los hijos en los estudios (22,5%)
7	Teleformación (16,7%)	Teleformación (15,9%)	Ayuda a los hijos en los estudios (17,5%)	Teleformación (17%)

Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.

Base: Total de mujeres encuestadas.

Como elemento negativo, hay que resaltar el aún escaso aprovechamiento de Internet para la realización de cursos de formación *on line* (sólo un 12,5% de las mujeres manifiesta hacer un uso importante de la teleformación) y para la realización de gestiones como telecompra o teleservicios, aunque el escaso uso de estas opciones se puede deber a la insuficiente oferta de estos servicios por el momento.

Como hemos visto, las comunicaciones personales se sitúan en segundo lugar, lo cual concuerda con los datos del Barómetro del CIS de Septiembre de 2001 para el total nacional, que muestran que la comunicación con amigos y familiares mediante el correo electrónico supera en el caso de las mujeres a los correos electrónicos profesionales. Un 55,9 de las mujeres españolas encuestadas enviaba o recibía más correos electrónicos personales que profesionales.

Si desagregamos los datos de nuestra encuesta por grupos de mujeres, los dos usos principales de Internet son los mismos para los tres grupos y en porcentajes similares: búsqueda de información y comunicación con familia y amistades. Sin embargo,

mientras que para las profesionales y las empresarias su tercer uso es el trabajo en red, para las profesoras es continuar el trabajo desde casa, probablemente porque el trabajo en el sector de la educación se compone de tareas más individuales y con más autonomía. Por último, hay que destacar que es el grupo de las empresarias el que efectúa un uso más lúdico de Internet en comparación con los otros dos: un 15,4% de las empresarias declara usar Internet para jugar y un 33,3% para ocio.

Los resultados extraídos de los grupos de discusión aportan matices diferentes a los de la encuesta. En el caso de las programadoras informáticas y las secretarías de dirección, la comunicación vía Intranet superaba a la búsqueda de información como uso principal en el lugar de trabajo, debido a que en sus empresas se les prohíbe total o parcialmente el acceso a Internet. Por tanto, el uso de Internet en el caso de las secretarías de dirección se reducía a buscar información u organizar los viajes de trabajo de sus jefes; y, en el caso de las programadoras informáticas, a consultar manuales informáticos y dudas sobre programación en foros profesionales en Internet.

En el ámbito del hogar, las estudiantes universitarias lo utilizaban preferentemente para fines prácticos relacionados con sus estudios o futuro laboral, como buscar apuntes, consultar la información académica en la Web y buscar empleo. Por su parte, las programadoras y las secretarías accedían por intereses más personales, tales como la comunicación con amigos y familiares o la búsqueda de información sobre ocio, turismo y aficiones. Casi todas utilizaban también habitualmente Internet con fines prácticos, como por ejemplo para acceder a los servicios de banca on line, comprar entradas de cine o reservar billetes.

La información sobre los usos principales de Internet extraída de las entrevistas en profundidad concuerda con la obtenida de la encuesta. El uso principal es la búsqueda de información en la Web tanto en el trabajo como en el hogar. El segundo uso en el trabajo es la comunicación interna, ya sea a través de correo electrónico o de la Intranet de la empresa o institución, mientras que, en el hogar, lo utilizan para comunicarse con familiares y amigos.

Sin embargo, los usos secundarios de las mujeres entrevistadas son bastante más avanzados que los de las mujeres encuestadas, quizá porque su utilización de Internet es más intensiva y normalmente han empezado a manejarla, tanto en el trabajo como en el hogar, antes que las mujeres encuestadas. La media de tiempo que llevan las entrevistadas utilizando Internet es de 5 años. Sin embargo, muchas comenzaron a utilizar Internet mucho antes, es decir, desde los inicios de Internet en España.

Por ejemplo, cuatro de las entrevistadas realizan teletrabajo desde su hogar, si bien dos de ellas sólo parcialmente, mientras que otras dos son autónomas que realizan su trabajo enteramente desde su hogar. Una de ellas, programadora informática,

teletrabaja desde hace 15 años; la otra es una socióloga *freelance* que teletrabaja desde hace ocho años. Estas mujeres declaran que las TIC y, sobre todo, Internet les ha dado la oportunidad de “trabajar como profesionales independientes”, y, lo que es más importante, “realizar su trabajo desde cualquier lugar”. Internet no sólo ofrece a las mujeres la posibilidad de teletrabajar sino también que las empresarias puedan reducir costes mediante la contratación de teletrabajadores. De hecho, dos de las entrevistadas tienen teletrabajadores con los cuales “la relación de trabajo diario se establece a través de la red, tanto del correo electrónico como de otro tipo de herramientas para la comunicación en tiempo real”.

Otro uso muy avanzado que encontramos, esta vez desde el lado de la oferta, es el que realizan las mujeres que crean ellas mismas contenidos y ofrecen servicios en Internet, como por ejemplo la edición de boletines digitales o el diseño y construcción de páginas Web. Una de las entrevistadas creó Ciencia Digital, la primera revista electrónica de divulgación científico-técnica en español, y es fundadora de una editorial electrónica dedicada a prestar servicios informáticos multimedia y de desarrollo de contenidos on line en torno a la información científico-técnica y su divulgación. El uso de Internet que hace esta empresaria en su trabajo es, por consiguiente, mucho más avanzado y amplio, y podría desglosarse en lo siguiente:

- “como editorial electrónica, Internet es el soporte en el que se edita la revista pero también es el entorno fundamental para la documentación, acceso a notas de prensa, contacto con fuentes de información, etc.”;
- “como editorial multimedia, la red es un vehículo fundamental para la relación con clientes actuales y potenciales”;
- “como empresa punto.com, el uso de Internet tiene también una dimensión empresarial: imagen corporativa, promoción y marketing, relaciones con otras empresas, con proveedores, conocimiento del mercado, etc.”

Otras tres entrevistadas también editan boletines digitales. Dos de ellas se encargan como parte de sus tareas profesionales de la edición de boletines digitales de sus instituciones, mientras que la tercera entrevistada lo hace al margen de su actividad profesional: ha creado en colaboración con otras mujeres un portal con contenidos específicos sobre mujeres, y el boletín digital *e-leusis.net*.

Una de las entrevistadas ha creado varias páginas profesionales propias: en una de ellas ofrece servicios de programación a medida; en otra, junto con una profesional del arte, ofrece servicios de promoción y difusión de artistas. También tiene varias páginas personales sobre arte, la zona donde vive, etc. Otras dos mujeres entrevistadas han construido y diseñado la página Web de su empresa y tres se encargan de dirigir o actualizar ellas mismas la página Web de su institución.

También realizan más gestiones de la vida diaria a través de Internet que las mujeres encuestadas. Una de cada tres entrevistadas accede habitualmente a la banca *on line* o al comercio electrónico. Pero, al igual que las mujeres de la encuesta, su acceso a la teleformación sigue siendo escaso, aunque, como hemos señalado anteriormente, este escaso uso de la teleformación y de la realización de gestiones *on line* parece ser debido a insuficiencias de la oferta más que a problemas de demanda. En este sentido, algunas de las entrevistadas opinaban que les “*gustaría que estuviese más desarrollada y conseguida la teleformación,*” y que existiese “*un mayor acceso a los trámites administrativos de las entidades públicas, tal y como ya lo hacemos con los bancos*”.

En definitiva, los tres usos principales de Internet por parte de las mujeres de nuestra investigación son: la consulta de información en la Web, la comunicación por motivos personales y, más de veinte puntos por debajo, el trabajo en red. La realización de gestiones a través de Internet (gestiones bancarias *on line*, compra o reserva de entradas, gestiones administrativas, etc.) sólo es mencionada por poco más de un tercio de las mujeres encuestadas, si bien este porcentaje es equivalente a la media española.

Casi un 40% de las mujeres declara utilizar Internet para continuar el trabajo desde casa, con lo cual podríamos decir que esta TIC está ayudando a las mujeres a compaginar su vida laboral y familiar. Sin embargo, sólo un 12,5% aprovecha las ventajas que le ofrece Internet para teletrabajar total o parcialmente. Sin embargo, como se trata en otro capítulo, la mayoría de las mujeres tiene una opinión favorable hacia el teletrabajo siempre y cuando sea una opción personal de la mujer y no una excusa más para aumentar la discriminación laboral por género.

Los usos de Internet por motivos de ocio o juegos son los que presentan niveles más bajos, lo que apoya la tesis de algunos expertos sobre el pragmatismo de las mujeres en el uso de Internet.

3.4. SERVICIOS DE INTERNET MÁS UTILIZADOS

En estrecha relación con los usos que efectúan las mujeres de Internet, se encuentran los servicios a los que más acceden. En el epígrafe anterior nos centrábamos en la finalidad del acceso a Internet, para qué lo utilizan: para trabajar, comunicarse por motivos personales, realizar gestiones o, simplemente, por entretenimiento. En éste, se trata de examinar qué servicios son los más demandados por las mujeres. Por ejemplo, si se comunican mediante correo electrónico o utilizan los servicios de foros o charlas interactivas, y si utilizan ya de manera habitual herramientas de Internet como la transferencia de ficheros o los grupos de noticias.

Para ello, pedimos a las mujeres de la encuesta que señalaran los cuatro servicios de Internet que más utilizaban, de un total de doce opciones. Los cuatro que más señalaron tanto en su vida profesional como en la personal son:

- el correo electrónico, señalado por el 97% de las encuestadas;
- la consulta en la Web (82%);
- los grupos de noticias, con el 37%; y
- la transferencia de ficheros (35,5%).

El correo electrónico es, por tanto, el servicio más utilizado por el 97% de las mujeres encuestadas, ya sea para comunicaciones profesionales o personales. En el apartado anterior se observaba que el uso específico del correo electrónico para la comunicación con familiares y amistades era uno de los más frecuentes para un 66,5% de las encuestadas. En este apartado, no hacemos distinción entre los motivos de uso del correo, puesto que nos interesa saber su utilización, en general, en comparación con los otros servicios que ofrece Internet. Este resultado es similar al de alguna estadística nacional (ej.: 95,5% de internautas según AIMC (2001)) aunque difiere un poco de otra (74,7% de mujeres en EGM, abril 2001-marzo 2002).

Comparando la utilización general del correo electrónico (97%) con su uso específico por motivos personales (66,5%), se observa que el uso personal del correo supera al profesional, tal y como se comprueba en el capítulo 2 que sucede a nivel nacional.

La compra por Internet es un servicio escasamente utilizado: sólo un 30% de las encuestadas lo señala como uno de los principales servicios que ha utilizado. Menos se utilizan todavía los foros de discusión (9,5%) y las charlas profesionales (3%). Sin embargo, aunque el porcentaje de mujeres que compran *on line* habitualmente pudiera parecer bajo, es tres veces superior a la media española (*Forrester Research*³, 2002; y CIS, 2001).

Asimismo, las mujeres acceden rara vez a los servicios de relaciones personales o lúdicos que ofrece Internet:

- únicamente un 2% del total de mujeres accede habitualmente a foros (0,5%) y charlas de relaciones personales (1,5%);
- un 6,5% lo emplea para enviar mensajes a móviles; y
- un 11% usa Internet para jugar (5%) o descargar ficheros MP3 (6%).

3. Nua Internet Surveys, 26/08/2002 (<http://www.nua.ie/surveys>).

Estos datos concuerdan con otros estudios a nivel nacional, como el de NetValue⁴, de marzo de 2002, en el que se muestra que las mujeres descargan menos música que los hombres. El índice de afinidad⁵ con los protocolos de audio-vídeo para las mujeres españolas es tan sólo del 74,7 en comparación con el 114,3 de los hombres.

Los servicios más utilizados no varían por grupos profesionales (ver tabla 4.5.), a excepción, como ya se apreció, del mayor uso de servicios de ocio por parte de las empresarias. Esto podría explicar por qué el grupo de las empresarias es el que presenta unos niveles de formación más bajos. Tan sólo el 59% de las empresarias posee titulación universitaria, el 16,7% posee estudios de formación profesional, el 15,4% tiene estudios secundarios y el 3,5%, solo estudios primarios. Estos porcentajes serían coherentes con los datos a nivel nacional del Barómetro de Septiembre del CIS de 2001, que muestran que las mujeres con niveles de estudio más bajos son las que más acceden a los juegos en Internet (el 16,7% frente al 10,6% de media).

Tabla 4.5. Los diez servicios más utilizados según grupos de mujeres.

Empresarias	Profesionales	Profesoras	Total
1 Correo electrónico (97,4%)	Correo electrónico (95,1%)	Correo electrónico (100%)	Correo electrónico (97%)
2 Consulta en la Web (82,1%)	Consulta en la Web (82,9%)	Consulta en la Web (80%)	Consulta en la Web (82%)
3 Transferencia de ficheros (29,5%)	Grupos de noticias (43,9%)	Grupos de noticias (45%)	Grupos de noticias (37%)
4 Grupos de noticias (25,6%)	Transferencia de ficheros (36,6%)	Transferencia de ficheros (45%)	Transferencia de ficheros (35,4%)
5 Compras por Internet (17,9%)	Compras por Internet (12,2%)	Compras por Internet (15%)	Compras por Internet (15,4%)
6 Foros de discusión profesionales (9%)	Foros de discusión profesionales (8,5%)	Foros de discusión profesionales (12,5%)	Foros de discusión profesionales (9,7%)
7 Enviar mensajes a móviles (6,4%)	Enviar mensajes a móviles (6,1%)	Enviar mensajes a móviles (7,5%)	Enviar mensajes a móviles (6,7%)
8 Descarga ficheros MP3 (9%)	Descarga ficheros MP3 (3,7%)	Descarga ficheros MP3 (5%)	Descarga ficheros MP3 (6,2%)
9 Juegos (9%)	Juegos (3,7%)	Charlas profesionales (2,5%)	Juegos (5,1%)
10 Charlas profesionales (5,1%)	Charlas profesionales (1,2%)		Charlas profesionales (3,1%)

Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.

Base: Total de mujeres encuestadas.

4. Comunicados de prensa de NetValue (<http://es.netvalue.com/presse>).

5. Afinidad: indicador de base 100 que indica si la proporción del público objetivo entre los visitantes del dominio o sector es mayor o menor que la proporción de dicho público objetivo entre el total de la población internauta.

Con respecto a las entrevistadas y participantes en los grupos de discusión, los servicios más utilizados son, por este orden, el correo electrónico, la consulta de información en la Web y la transferencia de ficheros. A éstos les siguen los foros profesionales, las compras por Internet, los grupos de noticias, los foros personales, los *chats* profesionales o personales y la descarga de ficheros MP3.

El escaso acceso a los foros personales y charlas interactivas se debe probablemente al pragmatismo que suele caracterizar el uso de Internet que hacen las mujeres y, como señalaban algunas de las participantes en el grupo de las programadoras informáticas, a que *“existen etapas en el uso de Internet, y se suele entrar en chats y foros personales al principio, mientras que después sólo te sigues comunicando con amigos”*. Por ello, muchas de las jóvenes informáticas declaran que cuando comenzaron a utilizar Internet accedían con frecuencia a charlas y foros personales, que constituían una novedad y llegaron algunas a estar *“enganchadas”* a los *chats*. Sin embargo, transcurridos unos meses, se limitaron a utilizar Internet exclusivamente para la comunicación con amigos.

El acceso a los foros profesionales es más frecuente entre las participantes en los grupos de discusión y entrevistas en profundidad que entre las encuestadas. Por ejemplo, las jóvenes informáticas suelen acceder a foros profesionales para consultar dudas específicas sobre programas y productos informáticos, y la mayoría de las mujeres entrevistadas acceden a foros relacionados con sus respectivas profesiones.

Con respecto a las compras por Internet, encontramos dos actitudes contrarias. Algunas mujeres consultan las páginas de comercio electrónico para buscar artículos o servicios y comparar precios, pero rara vez han comprado algo porque desconfían de la seguridad de las transacciones o se quejan de las interrupciones en las conexiones. En este sentido, algunas de las entrevistadas señalaban que:

- *“hoy por hoy, todavía es complicado comprar por Internet porque a mitad de la compra se interrumpe la transferencia y se pierde todo el trabajo y porque no resulta fiable dar el número de la tarjeta de crédito”*.
- *“alguna vez he comprado algún libro por Internet que no encontraba en las librerías tradicionales pero, en general, desconfío de la seguridad al realizar pagos con tarjeta de crédito a través de la red”*.

Sin embargo, la mayoría de las entrevistadas compra frecuentemente a través de la Web artículos como billetes de avión, tren, entradas de cine, libros, discos, programas de software y equipos hardware, regalos, etc.

En conclusión, los tres servicios preferentes de Internet por parte de las mujeres son el correo electrónico (97%), la consulta de información (82%) y los grupos de

noticias (37%). Un 35,5% de las mujeres declara como servicio principal la transferencia de ficheros, porcentaje similar a la media masculina de uso en España según el EGM (AIMC, 2002).

Los bajos porcentajes de mujeres innovadoras andaluzas que usan los servicios de charlas interactivas profesionales (3%) y personales (1,5%) en Internet, así como las opiniones expresadas en las entrevistas y grupos de discusión, contradicen los datos del EGM (2002) a nivel nacional según los cuales un 33,9% de mujeres accede a chats, porcentaje superior al de los hombres (31,7%).

También son inferiores los niveles de acceso a servicios de descarga de ficheros MP3 (6%) o envío de mensajes a móviles (6,5%) por parte de las mujeres de nuestra investigación en comparación con los porcentajes a nivel nacional (19% y 28,5%, respectivamente) del Barómetro del CIS de septiembre (2001). Estas diferencias se explican porque nuestra encuesta se dirige exclusivamente a mujeres trabajadoras, usuarias intensivas de TIC. Asimismo, hay que tener en cuenta que la proporción de mujeres muy jóvenes en nuestro estudio es inferior a la del CIS (un 3,5% tiene de 18 a 24 años, frente a un 24,8% en la encuesta del CIS), y es la población menor de 25 años la que utiliza más estos servicios. Según datos de Net Value⁶ de marzo de 2002, el índice de afinidad con los protocolos de audio-vídeo de la población española menor de 25 años es el más alto de todos los rangos de edad, con un 111,5.

3.5. DISPONIBILIDAD DE PÁGINA WEB

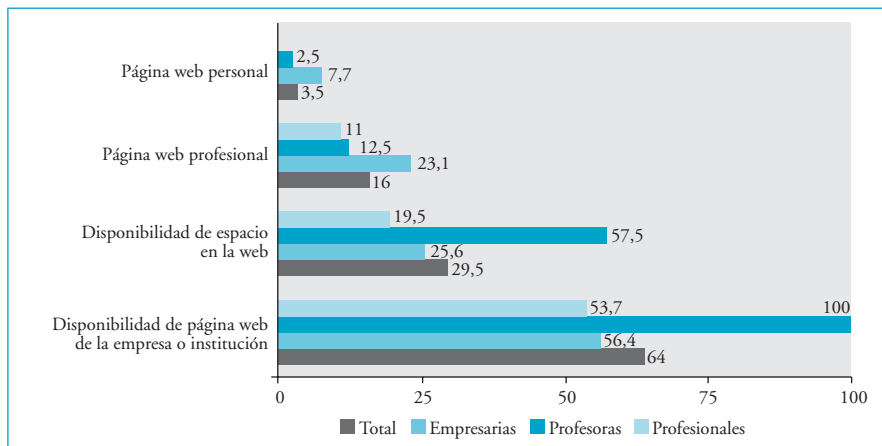
Respecto a la disponibilidad de página Web (**gráfico 4.15.**), el 64% de las mujeres encuestadas trabaja en empresas o instituciones que ya disponen de ella. Destaca en este apartado el caso de las profesoras, con un 100%, puesto que todas las universidades andaluzas tienen Web, así como su disponibilidad de espacio en la Web de su institución (57,5%), ya que muchas Webs de departamentos universitarios contienen un espacio con los datos del personal docente e investigador.

Sin embargo, la situación varía cuando se les pregunta si disponen de una página Web propia en las que puedan insertar los datos profesionales que deseen. En este caso, son las empresarias las que se encuentran en una mejor posición, un 23,1% de ellas tienen su propia página Web profesional, frente al 12,5% de las profesoras y el 11% de las profesionales. Lo mismo sucede en cuestión de disponibilidad de página personal en Internet: un 7,7% de las empresarias tiene ya su página personal, en contraste con sólo un 2,5% de las profesoras y ninguna profesional.

6. <http://es.netvalue.com/presse>.

Parece, por tanto, que son las empresarias las que han incorporado Internet en mayor medida a su vida personal, pues, como observábamos antes, constituyen el grupo de mujeres que más utilizan Internet por ocio o intereses personales, y que hacen más uso de los servicios personales de Internet. Las profesoras, en cambio, componen un colectivo que, a pesar de hacer un uso intensivo de Internet, lo utilizan casi exclusivamente para aspectos relacionados con su profesión, empleando muy poco tiempo de su ocio en él.

Gráfico 4.15. Disponibilidad de página Web según grupo de mujeres.



Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

Los resultados de los grupos de discusión y entrevistas en profundidad son similares, aunque más intensos. Sólo las estudiantes y una de las mujeres, que es autónoma, no tienen página Web, si bien esta empresaria freelance comentaba que podría crear su propia página Web, aunque prefiere “no estar visible para otros posibles clientes ya que tiene exceso de trabajo”. El resto de las mujeres, ya fueran empresarias o trabajadoras por cuenta ajena, disponía de página Web institucional. Sólo una de las entrevistadas disponía de varias páginas Web profesionales y personales creadas por ella. Sin embargo, como se ha mencionado anteriormente, algunas entrevistadas son responsables de editar boletines digitales y de dirigir, crear o actualizar la Web de su empresa. Por último, una de las entrevistadas ha creado, en colaboración con otras mujeres, un portal específico sobre mujeres.

Los resultados muestran, una vez más, la incorporación de las mujeres a la SI en el ámbito laboral más que en el doméstico, y la utilización de Internet con fines profesionales por encima de los usos más personales. Un 64% de las mujeres encuestadas trabajan en empresas o instituciones con página Web, más un 16% que tiene su propia página Web profesional, mientras que únicamente un 3,5% de las mujeres disponen de su propia página Web personal.

3.6. PÁGINAS WEB MÁS VISITADAS EN SU VIDA PERSONAL Y PROFESIONAL

Para conocer las páginas Web más visitadas, se pidió a las entrevistadas que señalaran dentro de cada ámbito cuatro opciones entre 15 categorías de páginas Web agrupadas según similitud de contenidos.

En el *ámbito profesional* (tabla 4.6.) los directorios Web y motores de búsqueda constituyen las páginas más visitadas tanto por el 74% de las encuestadas como por los tres subgrupos en los que hemos dividido la muestra. En segundo lugar, encontramos las páginas de prensa y noticias, y las Webs de las Administraciones Públicas e instituciones, ambas con un 47,5% de respuestas. Las Webs con contenidos de prensa y noticias constituyen la segunda categoría más señalada en el caso de las profesionales, y la cuarta tanto para las empresarias como para las profesoras. En el caso de las empresarias, son las páginas Web de banca, negocios y finanzas las que ocupan el segundo lugar, con un 47,4%, seguidas por las páginas de las Administraciones Públicas con un 39,7%, mientras que las profesoras visitan en segundo lugar las páginas de ciencia y educación (65%) y en tercer lugar las de Administración Pública e instituciones (65%).

Tabla 4.6. Temática de las diez páginas Web más visitadas en el ámbito profesional.

	Empresarias	Profesionales	Profesoras	Total
1	Directorios Web y buscadores (69,2%)	Directorios Web y buscadores (75,6%)	Directorios Web y buscadores (80%)	Directorios Web y buscadores (74%)
2	Banca, negocios y finanzas (47,4%)	Prensa y noticias (56,1%)	Ciencia y educación (65%)	Administraciones Públicas e instituciones (47,5%)
3	Administraciones Públicas e instituciones (39,7%)	Administraciones Públicas e instituciones (46,3%)	Administraciones Públicas e instituciones (65%)	Prensa y noticias (47,5%)
4	Prensa y noticias (38,5%)	Banca, negocios y finanzas (15,9%)	Prensa y noticias (47,5%)	Banca, negocios y finanzas (26,5%)
5	Ciencia y educación (15,4%)	Ciencia y educación (13,4%)	Ordenadores e Internet (22,5%)	Ciencia y educación (24,5%)
6	Turismo y viajes (15,4%)	Empleo (12,2%)	Empleo (15%)	Turismo y viajes (11,5%)
7	Arte y espectáculos (7,7%)	Ordenadores e Internet (11%)	Turismo y viajes (10%)	Ordenadores e Internet (11%)
8	Hogar y ocio (6,4%)	Turismo y viajes (8,5%)	Específicas para mujeres (10%)	Empleo (9,5%)
9	Específicas para mujeres (5,1%)	Arte y espectáculos (7,3%)	Banca, negocios y finanzas (7,5%)	Arte y espectáculos (7%)
10	Empleo (3,8%)	Específicas para mujeres (6,1%)	Arte y espectáculos (5%)	Específicas para mujeres (6,5%)

Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

Hay que señalar que son las profesoras, de nuevo, las que presentan una mayor concentración de respuestas, con porcentajes bastante elevados en las páginas más visitadas y proporciones muy bajas en el resto de las categorías.

En el *ámbito personal* (ver tabla 4.7.), las Webs de turismo y viajes son las más visitadas por el conjunto de mujeres encuestadas (49,5% de respuestas), así como por las empresarias (51,3%) y las profesionales (52,4%), mientras que en el caso de las profesoras ocupan el tercer lugar (40%). Como ya hemos mencionado, en segunda posición y para todos los grupos de mujeres, se encuentran los directorios Web y los buscadores, con el 41% de respuestas. La tercera categoría de páginas más visitadas son las de prensa y noticias tanto para el total de encuestadas (33%) como para las empresarias (32%). Para las profesionales, estas páginas ocupan el cuarto lugar, y para las profesoras, el primero.

Las menos visitadas en el terreno personal son las páginas de sexo (sólo un 1,5% de mujeres accede a ellas frecuentemente) así como las páginas de deportes y las que ofrecen servicios de proximidad (con un 2,5% de mujeres, respectivamente).

Tabla 4.7. Temática de las diez páginas Webs más visitadas en el ámbito personal.

	Empresarias	Profesionales	Profesoras	Total
1	Turismo y viajes (51,3%)	Turismo y viajes (52,4%)	Prensa y noticias (52,5%)	Turismo y viajes (49,5%)
2	Directorios Web y buscadores (42,3%)	Directorios Web y buscadores (36,6%)	Directorios Web y buscadores (47,5%)	Directorios Web y buscadores (41%)
3	Prensa y noticias (32,1%)	Arte y espectáculos (26,8%)	Turismo y viajes (52,4%)	Prensa y noticias (33%)
4	Arte y espectáculos (21,8%)	Prensa y noticias (24,4%)	Arte y espectáculos (26,8%)	Arte y espectáculos (26%)
5	Específicas para mujeres (20,5%)	Hogar y ocio (22%)	Banca, negocios y finanzas (22,5%)	Hogar y ocio (20%)
6	Hogar y ocio (19,2%)	Banca, negocios y finanzas (9,8%)	Hogar y ocio (17,5%)	Específicas para mujeres (13,5%)
7	Salud (14,1%)	Salud (9,8%)	Específicas para mujeres (12,5%)	Banca, negocios y finanzas (13%)
8	Banca, negocios y finanzas (11,5%)	Ciencia y educación (7,3%)	Salud (10%)	Salud (11,5%)
9	Administraciones Públicas e instituciones (10,3%)	Específicas para mujeres (7,3%)	Administraciones Públicas e instituciones (10%)	Ciencia y educación (8,5%)
10	Ciencia y educación (10,3%)	Ordenadores e Internet (6,1%)	Servicios de proximidad (7,5%)	Administraciones Públicas e instituciones (7,5%)

Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.

Base: Total de mujeres encuestadas.

En relación con los resultados de los grupos de discusión y entrevistas en profundidad, encontramos diferentes Webs visitadas según situación laboral y ocupación profesional. Así, en relación con el ámbito académico, las jóvenes estudiantes se limitan a visitar la Web de su universidad y páginas donde se pueden descargar apuntes, como “El rincón del vago”, si bien las páginas que más visitan son las bolsas de empleo en la Web (infoempleo, infojob, etc.) y páginas corporativas de empresas para enviar su currículum de cara a su incorporación al mercado laboral. Respecto a las páginas que visitan en su tiempo de ocio, las estudiantes son el único colectivo de nuestro estudio que declara acceder a Internet casi siempre con su pareja, con lo cual visitan frecuentemente páginas Web de deportes y, en menor medida, páginas culturales de museos y exposiciones.

Las programadoras informáticas constituyen uno de los subgrupos de mujeres que hacen un uso más intensivo y diversificado de Internet, accediendo a páginas Web de temática muy diversa. Mientras que en su ámbito laboral acceden únicamente a páginas de informática, en su vida personal visitan portales de servicio para acceder a sus cuentas de correo electrónico, Webs de ocio y espectáculos, turismo y viajes, banca *on line*, Administración Pública (Agencia Tributaria). Una minoría accede también a páginas de juegos y *chats*.

Las secretarías de dirección entrevistadas tenían un uso de Internet muy restringido en el trabajo, con lo cual se limitaban a visitar las Webs de agencias de viajes o compañías de transporte para realizar las gestiones de viajes de sus jefes. En el ámbito personal, aparte de la banca *on line*, tienden a un uso muy variado atendiendo a sus diferentes aficiones o intereses (viajes, moda, cultura) así como a páginas con información relacionada con estudios o cursos que están realizando.

En cuanto a los resultados de las entrevistas en profundidad, las páginas Web más visitadas en el ámbito profesional son los directorios Web y buscadores, las páginas de prensa y otros medios de comunicación, las Webs de organismos públicos y las páginas sobre ordenadores, informática e Internet. En el ámbito personal, acceden sobre todo a páginas de ocio (incluyendo viajes y turismo) y cultura, ciencia y educación, y ordenadores e Internet.

En conclusión y, con respecto a las páginas Web más visitadas por las mujeres en su trabajo, los directorios Web y buscadores son las páginas más consultadas por la totalidad de las mujeres, independientemente de su ocupación profesional o edad. Otras páginas que suelen consultar frecuentemente, aunque con diferente intensidad en función de su profesión, son las páginas de prensa y noticias, y las de la Administración Pública. Sin embargo, la temática del resto de las páginas que visitan depende fundamentalmente del sector de actividad en el que trabajen.

En cuanto a las páginas más visitadas en su vida personal, la mayoría de las mujeres coincide en acceder preferentemente a las páginas de turismo y viajes, prensa y noticias, directorios Web y buscadores, y arte y espectáculos. Como era previsible, las menos visitadas son las páginas sobre sexo y deportes; y, frente a lo que se podría pensar, las páginas específicas sobre mujeres, hogar o salud no ocupan los primeros puestos entre las más visitadas.

4. VENTAJAS Y LIMITACIONES DE LAS TIC

Nuestra hipótesis es que el uso de las TIC puede tener resultados positivos para las mujeres. Pero para que la totalidad de las mujeres se acerque a las nuevas tecnologías y se incorpore plenamente a la sociedad de la información, son ellas las que deben ser conscientes de las ventajas que les pueden reportar en su vida profesional y personal. Por ello, incluimos en esta investigación cuestiones sobre el grado de satisfacción de las mujeres con el uso de diversas TIC, su percepción de las limitaciones existentes en Internet y el correo electrónico, la valoración sobre los beneficios que les ha aportado el uso de Internet en su vida profesional y laboral, y, en general, la apreciación de las ventajas e inconvenientes que puede presentar el uso de estas tecnologías para la sociedad, para las mujeres, en general, y, concretamente, para ellas mismas.

Con sus respuestas a todas estas cuestiones pretendemos conocer en qué medida valoran las mujeres las TIC como herramientas útiles y necesarias que facilitan las tareas del trabajo y de la vida cotidiana. Parece ser que cuando las mujeres encuentran un motivo para utilizar Internet, las barreras económicas para su acceso pierden importancia. Necesitamos saber, por tanto, si las mujeres conocen y, en consecuencia, aplican todas las utilidades de Internet y el correo electrónico, y todas las ventajas que éstas les pueden aportar. Con ello, seremos también capaces de completar los perfiles de mujeres usuarias y adentrarnos un poco más en el conocimiento de por qué muchas mujeres todavía no se han incorporado a la SI.

4.1. SATISFACCIÓN CON LAS TIC

Lo primero que preguntamos a las mujeres en la encuesta es su grado de satisfacción global con el uso de diferentes TIC: el fax, el teléfono móvil, el PC, el ordenador portátil, Internet y el correo electrónico. Pretendemos averiguar si, en términos generales, las mujeres están satisfechas utilizando las TIC y, de todas ellas, cuáles son las tecnologías que les aportan mayores beneficios y, por tanto, mayor satisfacción.

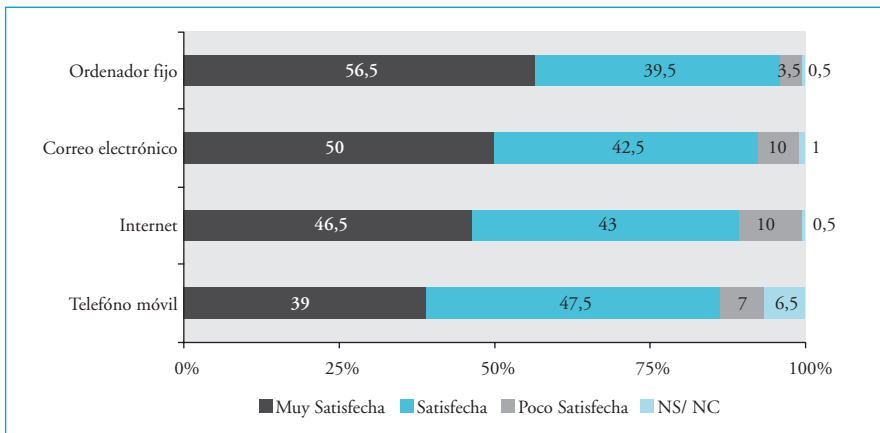
El resultado más destacado es que las mujeres están muy satisfechas con el uso de las TIC (**gráfico 4.16.**) y, además, muestran más satisfacción con el uso de tecnologías

más recientes y complejas como el correo electrónico e Internet que con otras tecnologías más tradicionales y sencillas como el fax o el teléfono móvil. Las TIC con las que se encuentran más satisfechas son, por este orden:

- el ordenador (el 96% de las encuestadas),
- el correo electrónico (92,5%),
- Internet (89,5%),
- el teléfono móvil (86,5%),
- el fax (81%), y
- el ordenador portátil (35%).

El todavía mínimo porcentaje de mujeres satisfechas con el uso del portátil es debido a que la mayoría no dispone de él; de hecho, en el caso de este estudio, sólo un 27% de las mujeres encuestadas disponía de portátil en el trabajo y un 25% en el hogar.

Gráfico 4.16. Satisfacción con las TIC.



Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

No se observan diferencias notables en el grado de satisfacción con las diversas TIC por grupos profesionales. En el caso del teléfono móvil, y quizá como vimos en los epígrafes anteriores debido a su menor uso, sólo el 27,5% de las profesoras declara estar muy satisfecha, frente al 41% de las empresarias y el 42,7% de las profesionales.

El grado de satisfacción con el PC es muy alto. Ésta es la TIC con la que están más satisfechas las empresarias y profesionales, si bien las profesoras sitúan el PC por detrás del correo electrónico y al mismo nivel que Internet.

Son también las profesoras las que se declaran más satisfechas, con el uso de Internet: el 55% de ellas manifiesta estar muy satisfecha, frente a los porcentajes más bajos de las profesionales (45,1%) y de las empresarias (43,6%). Estos dos últimos grupos manifiestan en mayor medida su descontento ante esta TIC, aunque sea reducido: el 12,2% de las profesionales y el 10,3% de las empresarias están poco satisfechas con Internet. Estas diferencias entre grupos profesionales pueden ser debidas a dos factores. El primero es que las profesoras disponen en sus trabajos de tecnologías más veloces, puesto que las universidades cuentan con conexión ADSL, mientras que la mayoría de las empresas todavía mantienen líneas analógicas o RDSI. En segundo lugar, una gran parte de las demandas de contenidos en la Web por parte de las empresarias y las profesionales no se ve satisfecha por la oferta existente, todavía insuficiente sobre todo en lo relativo a servicios y gestiones *on line*.

En cuanto al grado de satisfacción con el uso del correo electrónico, éste es bastante elevado, destacando las profesoras, el 100% de las cuales se declara satisfecha o muy satisfecha con esta TIC. Las profesionales son las que muestran un menor grado de satisfacción (el 8,5% de ellas se muestra poco satisfecha).

También las participantes en los grupos de discusión y entrevistas en profundidad manifiestan un alto grado de satisfacción con el uso de las TIC, destacando Internet y el correo electrónico para la agilización de su trabajo. Entre las principales ventajas de Internet resaltan el acceso, la rapidez y la comodidad en el flujo de información, en la realización de tareas, en las comunicaciones, así como el ahorro de desplazamientos y, por tanto, de tiempo y dinero.

Opinan que les ha cambiado completamente el modo de trabajar y, como se ha visto anteriormente, serían incapaces de desarrollar sus tareas habituales sin las TIC. Les supondría un atraso en su trabajo y *“volver a la situación de hace diez años”*. Además estiman que les ha enriquecido tanto en su desarrollo profesional como en el personal. Como decía una de las entrevistadas que teletrabaja, *“permite ahorrar mucho tiempo y también mucho dinero en cuestiones tanto profesionales como de cualquier otro ámbito”*.

En definitiva, la totalidad de las mujeres que han participado en nuestro estudio, independientemente de su profesión, muestra un alto grado de satisfacción con el uso de todas las TIC. Y no son precisamente las TIC más fáciles de manejar y aquellas en las que los trabajadores cuentan con mayor experiencia de uso, como el fax o el teléfono móvil, las que presentan porcentajes de satisfacción superiores, sino aquellas TIC a las que las mujeres les encuentran mayores utilidades y ventajas, que son, por este orden, el PC, el correo electrónico e Internet.

En los siguientes apartados analizaremos cuáles son las ventajas e inconvenientes que las mujeres encuentran en las TIC y que les hacen valorar globalmente de un modo tan satisfactorio su uso.

4.2. IMPORTANCIA DE LAS LIMITACIONES EN EL USO DE INTERNET Y EL CORREO ELECTRÓNICO

En este apartado, se exponen cuáles son los principales problemas o limitaciones que las mujeres encuentran en el uso de Internet y el correo electrónico (ver gráfico 4.17.). Esta pregunta cualitativa se formuló de forma semiabierta en el cuestionario, presentando seis respuestas cerradas que debían ser valoradas según su importancia, así como la posibilidad de que la encuestada añadiera otra respuesta valorándola en una escala de mucha a ninguna importancia.

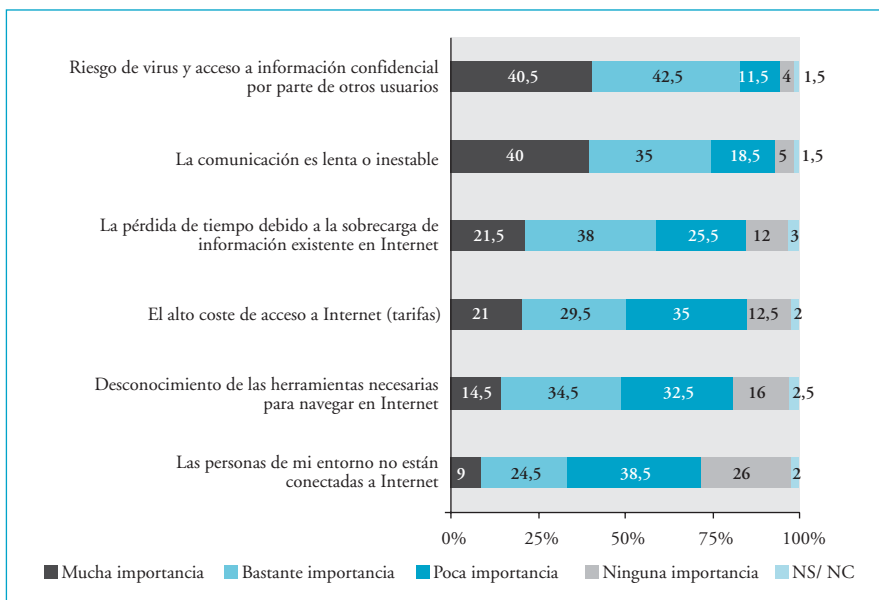
De las seis respuestas, dos contemplaban los problemas existentes en las infraestructuras de acceso: “el alto coste de acceso a Internet” y “la comunicación es lenta o inestable”, puesto que no sirve de nada enseñar a las mujeres a utilizar ordenadores, Internet o el correo electrónico si a la hora de hacerlo existen dificultades de acceso. Las infraestructuras pueden constituir una barrera en varios aspectos: por una parte, los costes –que hacen necesarios programas de financiación de ordenadores y conexión a Internet para mujeres–; por otra, los puntos de acceso que son escasos, especialmente los de carácter gratuito; y, por último, las deficiencias todavía existentes en las comunicaciones, especialmente en las áreas rurales.

Otra respuesta hacía referencia a problemas de software en cuanto a las carencias en el desarrollo de sistemas de encriptación o a la falta de inversión en estos sistemas por parte de las empresas, lo cual conlleva “riesgos de entrada de virus y de acceso a información confidencial por parte de otros usuarios”. Esta limitación es relevante, pues está frenando el desarrollo de muchos servicios de Internet como el comercio electrónico, las gestiones y transacciones en la Web, la banca *on line*, etc.

Con la cuarta opción tipificada, el “desconocimiento de las herramientas necesarias para navegar en Internet”, se pretendía comprobar, por un lado, si a estas mujeres el uso de Internet les parece complicado; y, por otro, si ésta pudiera ser una de las razones para que muchas mujeres no utilicen todavía Internet. Se trataba de observar la importancia que tiene para las encuestadas el mito sobre la falta de aptitud de las mujeres en relación con las TIC o si consideran que las TIC forman parte del mundo masculino más que del femenino. Con la siguiente opción, “las personas de mi entorno no están conectadas a Internet”, se pretendía saber hasta qué punto está afectando a los ya usuarios el retraso en la incorporación a la SI por el resto de la sociedad. Y con la última limitación presentada, si los problemas de tiempo debido

a la gran cantidad de información existente en Internet y a la falta de organización de ésta, disminuyen la frecuencia de uso de Internet por las mujeres, que sufren normalmente de escasez de tiempo debido a una doble y triple jornada.

Gráfico 4.17. Importancia de las limitaciones en el uso de Internet y correo electrónico.



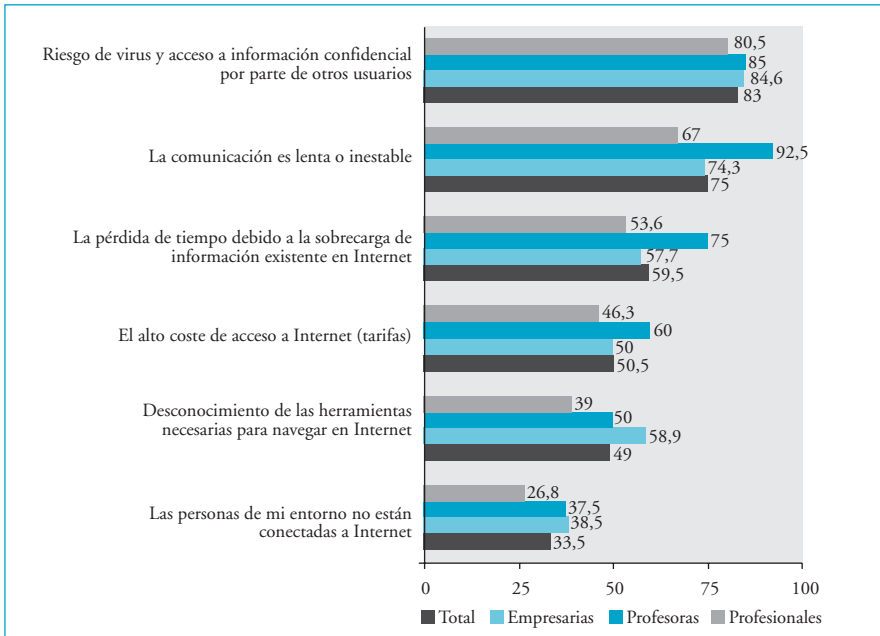
Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

Según las mujeres encuestadas, los principales problemas en el uso de Internet y el correo electrónico son el riesgo de entrada de virus y de acceso a información confidencial. Un 83% de las encuestadas le otorga mucha o bastante importancia a este problema. Este tipo de desprotección en Internet parece afectar más a las empresarias y profesionales, quienes lo sitúan en primer lugar en su orden de limitaciones, mientras que las profesoras lo relegan a la segunda posición, tras el problema de la lentitud e inestabilidad en las conexiones y comunicaciones a través de la Web (gráfico 4.18.). Resulta un tanto paradójico que sean las profesoras universitarias, que normalmente disponen de conexiones más veloces, al menos en su lugar de trabajo, las que lo sitúan en primer lugar mientras que ocupa el segundo lugar en importancia para las empresarias y profesionales. El hecho de que las profesoras no consideren el riesgo de virus y desprotección como la limitación más relevante puede deberse a su mayor conocimiento sobre los sistemas de seguridad que protegen las transacciones en Internet, y a que las grandes instituciones y empresas normalmente poseen mejores sistemas de protección y antivirus que la pequeña empresa o profesional independiente.

La pérdida de tiempo para poder discriminar entre la gran cantidad de información existente en Internet es señalada en tercer lugar, con un 59,5% de mujeres que la consideran una desventaja importante. Sólo las empresarias la sitúan en cuarta posición tras la dificultad de conocer las herramientas necesarias para utilizar Internet, debido a que su nivel de formación suele ser más bajo que el de las mujeres pertenecientes a los otros grupos profesionales.

Destaca la escasa importancia conferida al coste de Internet, precisamente en España, uno de los países europeos con tarifas de Internet más altas. De la totalidad de las encuestadas, un 47,5% lo considera un inconveniente poco o nada importante. Además, son las empresarias y las profesionales (muchas de las cuales son autónomas) las que menos importancia le otorgan a pesar de que son ellas, al contrario que las profesoras, las que asumen estos costes en el ámbito profesional. Esto puede deberse a que al ser las profesoras las que declaran trabajar más desde casa, acaban finalmente asumiendo una parte importante del gasto de conexión a Internet.

Gráfico 4.18. Mucha y Bastante importancia de las limitaciones en el uso de Internet y correo electrónico según grupos de mujeres.



Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
 Base: Total de mujeres encuestadas.

Igualmente, las principales limitaciones en el uso de Internet señaladas por las mujeres participantes en los grupos de discusión y las entrevistas en profundidad son:

- las malas conexiones tanto en relación con la lentitud en la navegación como con el problema de interrupción de transferencias o el insuficiente desarrollo de infraestructuras en el área rural;
- la inseguridad en el envío de documentos y en las transacciones;
- el alto coste de las conexiones a Internet, sobre todo si se opta por conexiones más veloces; y
- la pérdida de tiempo para discriminar la información existente en Internet.

Aunque el coste de acceso a Internet no era el primer problema expuesto por las encuestadas, para las mujeres de los grupos de discusión y las informadoras clave constituye un inconveniente importante, sobre todo en cuanto al acceso a Internet desde el hogar. Muchas de estas mujeres, mayoritariamente las jóvenes o las que viven en hogares unipersonales, no pueden permitirse el coste de renovar equipos o conectarse a Internet desde el hogar. Si disponen de conexión, ésta es por red telefónica básica, con los consiguientes problemas de coste y lentitud en las transferencias y descargas de documentos y archivos.

La lentitud en la navegación y las interrupciones en la comunicación de las conexiones tradicionales, las únicas disponibles en muchas zonas rurales, es otro de los grandes inconvenientes que presenta Internet. Y es que, como señala una de las entrevistadas, *“persisten todavía grandes deficiencias en las infraestructuras del medio rural, tanto en el suministro eléctrico como en las líneas telefónicas”*.

La desconfianza que muestran los internautas ante el riesgo de transmisión de virus y acceso a información confidencial por parte de otros usuarios es uno de los problemas más importantes para las personas que trabajan en red o teletrabajan. Esta percepción negativa sobre la seguridad de las transacciones electrónicas por gran parte de los usuarios, ya sean hombres o mujeres, constituye uno de los principales factores para el retardo en la expansión del comercio electrónico. De acuerdo con un estudio de *Forrester Research*⁷, el 22% de los europeos (y el 10% de los españoles) buscan y comparan información sobre productos y servicios en Internet, pero no compran *on line*. Destacan los siguientes comentarios de las mujeres en referencia a los problemas de falta de seguridad:

- Según una de las teletrabajadoras autónomas, *“la seguridad es el problema fundamental. El envío de información estratégica por la red es un gran riesgo y el tener una conexión a Internet mediante ADSL incrementa los riesgos, ya que estás*

7. Nua Internet Surveys, 26/08/2002 (<http://www.nua.ie/surveys>).

continuamente conectada. Para evitar problemas suelo hacer copias de seguridad de los trabajos y elimino del disco duro toda la información con la que no estoy trabajando”.

- Las programadoras informáticas manifestaban que *“la seguridad de Internet deja mucho que desear, es muy fácil acceder a las cuentas bancarias”.*
- Una directiva declaraba que *“no resulta cómodo dar el número de tarjeta de crédito por inseguridad”.*

Sin embargo, hay que aclarar que estas mujeres, a pesar de manifestar desconfianza ante la seguridad de las transacciones, realizaban de vez en cuando compras a través de Internet y disponían de cuentas bancarias *on line*.

Otro de los problemas importantes es el tiempo requerido para buscar y contrastar información en Internet, debido al volumen de información existente, parte de ella completamente irrelevante, y a la ineficiencia de los filtros de información, que convierten *“muchas veces la búsqueda de información en un proceso lento y tedioso”.*

Sólo algunas de las jóvenes estudiantes, que reconocían tener poca destreza en el uso del ordenador, pensaban que las dificultades en la utilización de las TIC eran un inconveniente para su uso. Las secretarías de dirección declaraban que no utilizan más Internet y el correo porque hay muchas personas de su entorno profesional y personal que todavía no están conectadas o no lo usan. Según ellas, hay muchos hogares que todavía no se pueden conectar a Internet debido a las altas tarifas y hay personas que, a pesar de tener conexión en el trabajo, no lo utilizan por desconfianza. En este aspecto, argumentan que *“todavía existen trabajadores muy reacios al uso de las TIC, normalmente aquellos de mayor edad, que se adaptan peor”*, lo cual provoca que se infrutilice la Intranet de la empresa, ya que *“algunos trabajadores, tanto hombres como mujeres, desconfían de compartir los documentos en entornos comunes”.* Otra de las entrevistadas señaló también como un problema importante los aspectos perjudiciales que conlleva el uso del ordenador para la salud.

En conclusión, la percepción de las mujeres encuestadas y entrevistadas es que las limitaciones más importantes del uso de Internet y el correo electrónico son la falta de seguridad debido a carencias en el desarrollo o implantación del software; problemas en las infraestructuras de acceso, ya sean relativos a su alto coste o a las todavía numerosas deficiencias en las comunicaciones; y la pérdida de tiempo por la falta de organización de la gran cantidad de información almacenada en Internet. Muchas de las mujeres plantearon también las deficiencias de infraestructuras y servicios en las zonas rurales como una de las grandes deficiencias a resolver. Sin embargo, los problemas generados por las dificultades en el manejo

de Internet y el insuficiente acceso a las TIC de una gran parte de la sociedad no son considerados problemas relevantes por las mujeres.

Después de haber revisado las limitaciones o inconvenientes que presenta el uso de las TIC pudiera parecernos que éstas no ofrecen muchos beneficios, y que las mujeres les encuentran muchas e importantes desventajas. Sin embargo, debemos recordar su alto grado de satisfacción con las TIC. Como veremos en los siguientes apartados, las mujeres innovadoras son muy conscientes de que las ventajas que ofrecen estas TIC son muy superiores a los inconvenientes. Citando a una de las entrevistadas, *“desde hace ocho años tengo una batalla abierta con Telefónica porque la conexión a la red es mala. No obstante, es lo que hay y son más las ventajas que proporciona que los inconvenientes que genera”*.

4.3. BENEFICIOS DEL ACCESO A INTERNET Y DEL CORREO ELECTRÓNICO

En este apartado se examinan los principales beneficios que Internet y el correo electrónico aportan a las mujeres tanto desde el punto de vista profesional (para crear/ desarrollar su empresa, acceder a su empleo y/o mantenerlo, formación; información, contacto con otras empresas, proveedores, clientes, empresas competidoras; y teletrabajo y teleformación) como personal (información; telecompra, teleservicios; contacto con familiares y amigos).

Conocer las ventajas que el uso de Internet ha aportado a muchas mujeres, motivará a otras a aprender estas tecnologías. Para que más mujeres se conviertan en usuarias de Internet y se incorporen a la SI, deben ser primero conscientes de la utilidad de estas TIC. Y a ello les estimularía el disponer como referencia de modelos de mujeres usuarias a las que las TIC les han ayudado en su carrera profesional y personal.

El principal beneficio del uso de Internet y el correo electrónico señalado por el 57,5% de las mujeres encuestadas es la rapidez y facilidad para comunicarse y contactar con otros profesionales (tabla 4.8.). Con igual porcentaje se encuentra el mantener contacto con amistades y familiares. Es, por tanto, la facilidad y velocidad con que se pueden realizar hoy en día las comunicaciones el beneficio más señalado para las mujeres encuestadas.

A continuación, un 40,5% de las mujeres valoran las posibilidades que les ha ofrecido Internet para obtener formación on line, frente a la formación tradicional de tipo presencial y para aumentar su capacidad de creación. Como vimos anteriormente, la teleformación no se encuentra entre los principales usos de Internet; de hecho, sólo un 17% de mujeres lo señala como uno de los principales servicios de los que se benefician a través de la Web.

Tabla 4.8. Beneficios del acceso a Internet y del correo electrónico según grupo de mujeres.

	Empresarias	Profesionales	Profesoras	Total
Realizar contactos con profesionales de otras empresas y colegas	56,5%	50%	75%	57,5%
Mantener el contacto con amistades y familiares	61,6%	47,5%	70%	57,5%
Obtener formación	39,8%	35,3%	52,5%	40,5%
Ser más creativa	47,4%	35,4%	37,5%	40,5%
Crear redes de colaboración profesional	33,3%	26,9%	53%	35%
Asociarse y cooperar con otras empresas o instituciones	39,7%	23,1%	42,5%	33,5%
La ampliación de su empresa	42,3%	17,1%	2,5%	24%
Compaginar vida laboral y trabajo doméstico	17,9%	25,7%	30%	23,5%
Mantener su empleo	28,2%	15,9%	30%	23,5%
La creación de su empresa	17,9%	12,2%	5%	13%
Conseguir su empleo	10,3%	8,5%	5%	8,5%

Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.

Base: Total de mujeres encuestadas.

En cuanto a las ventajas que ofrece Internet para crear redes de colaboración o cooperación, esta utilidad está empezando a ser bastante frecuente: una de cada tres mujeres declara que el uso de Internet le ha ayudado mucho o bastante en el establecimiento de redes o asociaciones profesionales.

Únicamente un 23,5% de mujeres sostiene que Internet le ha ayudado a la conciliación de su vida laboral y familiar, mientras que dos de cada tres mujeres siguen opinando que Internet les ha ayudado poco o nada a compatibilizar las tareas de los dos ámbitos. Ello resulta coherente con el hecho, anteriormente observado, de que parece que las mujeres han incorporado plenamente el uso de las TIC en su vida profesional, pero no así en su vida familiar. Sin embargo, si observamos este aspecto desagregando por grupos de mujeres, apreciamos una gran diferencia entre las empresarias, por un lado, y las profesoras y las profesionales, por otro. El 30% de las profesoras y el 25,7% de profesionales piensan que Internet les ha ayudado en este aspecto, quizá porque estos dos grupos de mujeres son las que con más frecuencia declaran llevarse trabajo a casa (47,5% en el caso de las profesoras y 39 en el de las profesionales).

A pesar de que el 66% de las mujeres encuestadas afirma que el uso de Internet facilita la incorporación laboral de la mujer, son bastante bajos los porcentajes de mujeres que piensan que Internet les haya ayudado a conseguir su empleo o a crear su empresa, dependiendo de su situación profesional; asimismo, es considerable el

número de mujeres que declara que esta TIC les ha ayudado a mantener su empleo o al desarrollo de su empresa. Casi la mitad de las empresarias (42,3%) piensa que Internet le ha servido de bastante ayuda para ampliar su negocio; el 30% de las profesoras y el 28,2% de las empresarias opinan que les ha ayudado a mantener sus empleos.

En la mayoría de las opciones de esta pregunta destaca el superior porcentaje de respuestas positivas por parte de las profesoras. Así, dos de cada tres profesoras manifiestan que Internet y el correo electrónico les ha facilitado realizar contactos profesionales y mantener el contacto con familiares y amistades. La mitad de ellas opina también que les ha ayudado a crear redes de colaboración profesional (53%), a asociarse y cooperar con otras instituciones (42,5) y a obtener formación (52,5). Sin embargo, es el grupo de las empresarias, con un 47,4% de respuestas positivas, el que más estima la ayuda de Internet para ser más creativas en su trabajo.

Respecto a los grupos de discusión y las entrevistas en profundidad, las respuestas son muy diversas atendiendo a su ocupación y trayectoria profesional. A las jóvenes estudiantes del grupo de discusión, el acceso a Internet y el correo electrónico les está siendo de gran utilidad para encontrar su primer empleo. Conscientes de esta ventaja, la están explotando al máximo consultando frecuentemente las ofertas de trabajo en las bolsas y portales de empleo *on line*, en las páginas corporativas de las empresas, etc., así como enviando sus currículos y cumplimentando cuestionarios o fichas *on line*. La consulta de bolsas de empleo en Internet suelen efectuarla también las programadoras informáticas, quienes a pesar de estar trabajando lo siguen utilizando para buscar mejores ofertas, así como para incrementar su formación. Además, estas programadoras consideraban fundamental la ventaja de comunicarse por correo electrónico con amigos y familiares, que muchas veces viven en otros lugares de España o en el extranjero, y de disponer de más tiempo de ocio al realizar gestiones personales en la Web (de bancos, hacienda, organización de viajes, etc.).

Las secretarías de dirección son un claro exponente de los trabajadores que para mantener su empleo han aprendido a manejar las TIC, de forma autodidacta al principio, aunque después con la ayuda de cursos de formación. Asimismo, consideran muy importante la facilidad y rapidez en la comunicación con otras empresas y profesionales a través del correo electrónico. Sin embargo, apuntan inconvenientes en este aspecto, ya que actualmente sus jefes se encargan ellos mismos de parte de la comunicación, con lo cual ellas han perdido el control de parte de la agenda y las comunicaciones de sus superiores. No llegan a conocer la versión final de los correos enviados, ya que sólo han realizado el borrador que

ellos han retocado después. También se producen confusiones en la agenda al no comunicarles los jefes las citas que han establecido por correo electrónico, ni dejarles gestionar su agenda y correo. Por supuesto, la solución no es dejar de usar estas TIC, sino saber utilizarlas mejor. Ellas mismas proponen que se utilice en mayor medida la Intranet, que les reenvíen los correos a ellas, y que haya más comunicación y conexión entre los jefes y las secretarías.

En cuanto a las informadoras clave, tres de ellas han creado su propia empresa gracias al uso de las TIC. Una empresaria con asalariados, y anteriormente teletrabajadora, ha creado una editorial electrónica de servicios y contenidos multimedia junto con otros socios de diferentes zonas de España. Otras dos, que eran trabajadoras por cuenta ajena, son autónomas desde hace diez años gracias a Internet y el correo electrónico, y teletrabajan desde su domicilio. Una de estas autónomas declaraba: *“mi profesión y el manejo y conocimientos de las TIC me han dado la oportunidad de dar el ‘gran salto’, y poder trabajar como profesional independiente”*.

La mayoría de las entrevistadas tiene trabajos muy relacionados con las TIC o cuyas tareas incluyen la creación de contenidos o servicios en la Web. Por ejemplo, una dirige un programa de radio sobre Internet y nuevas tecnologías, y otras se encargan de los boletines digitales, portales o páginas Web de sus empresas o instituciones.

Todas reconocen que Internet les ha ayudado a establecer contacto con personas de su entorno profesional y personal. En lo referente a la creatividad, la mayoría está de acuerdo en que Internet ofrece oportunidades para crear. En este sentido, encontramos respuestas como *“me permite ser más creativa en la medida en que cuento con más información sobre todo”* o *“me ha ofrecido la posibilidad de hacer cosas nuevas, como el portal e-leusis.net”*.

Podemos concluir que las nuevas posibilidades de comunicación ofrecidas por Internet y el correo electrónico constituyen las ventajas más valoradas por las mujeres. Por encima de los demás beneficios que conlleva su uso, las mujeres son muy conscientes de los avances logrados en la rapidez y comodidad en las comunicaciones tanto profesionales como personales gracias a las TIC. También valoran muy positivamente obtener formación *on line*, frente a la formación tradicional de carácter presencial, y la posibilidad de ser más creativas gracias al enorme volumen de información accesible a través de Internet.

Son menos conscientes, sin embargo, de los beneficios que les puede aportar Internet para conseguir un empleo o crear una empresa, si bien esto es debido a que la introducción de Internet en la sociedad española ha sido posterior en la

mayoría de los casos a la incorporación de estas mujeres al mercado laboral, pues las mujeres más jóvenes sí utilizan de forma intensiva Internet para buscar empleo. De hecho, valoran en mayor medida los beneficios que ofrece Internet para poder mantener su empleo o ampliar su empresa.

Un 34,5% de mujeres señala también los beneficios de Internet para crear redes de colaboración profesional, y un 33,5%, para asociarse y cooperar con otras empresas o instituciones. Pero es muy probable que estos porcentajes sean tan bajos debido a que la cooperación empresarial y el establecimiento de redes y asociaciones profesionales o empresariales en general todavía constituyen una práctica poco frecuente, más que una experiencia habitual.

Por último, hay que señalar que aunque las mujeres encuestadas son conscientes del ahorro de tiempo y el aumento de la flexibilidad en el modo de trabajar con el uso de Internet, sólo un 23,5% advierte los beneficios de estas TIC en la compaginación de la vida laboral y personal. Sin embargo, las informadoras clave sí valoran en gran medida este beneficio, quizá porque muchas de ellas teletrabajan total o parcialmente y realizan un uso más intensivo de Internet en el ámbito doméstico.

4.4. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL USO DE LAS TIC

En la encuesta preguntamos a las mujeres innovadoras por su grado de acuerdo o desacuerdo con diversas ventajas e inconvenientes que presenta el uso de las TIC, obteniendo resultados muy positivos, pues como se puede observar en la **tabla 4.9.**, los porcentajes de respuestas afirmativas son muy elevados en el caso de las ventajas y bajos, en el de los inconvenientes.

En lo referente al ámbito profesional:

- el 95% de las encuestadas reconoce que las TIC les ofrece ventajas para su vida profesional,
- el 78% que se sienten mejor informadas, y
- el 66% que las TIC facilitan la incorporación de las mujeres al mercado de trabajo.

Con respecto al ámbito personal:

- el 64,5% opina que las TIC facilitan la resolución de problemas de la vida cotidiana, y
- que fomentan la comunicación (60%);
- si bien sólo el 31% de encuestadas las perciben como herramientas necesarias en su vida personal, al contrario que su percepción de las TIC como instrumentos esenciales en el ámbito profesional.

En cuanto a cuestiones más generales como los cambios socioeconómicos provocados por la introducción de las TIC:

- el 89,5% estima que los efectos, en general, están siendo positivos, pues cree que contribuyen a un mayor bienestar y progreso, y
- el 62,5% de las encuestadas, aunque reconoce que las innovaciones tecnológicas producen cambios en la sociedad, opina que aún desconocemos el alcance final de estos efectos y si el resultado global será de signo positivo o negativo.

Finalmente, se pidió a las encuestadas que opinaran sobre la existencia de varios estereotipos discriminatorios hacia las mujeres y su conocimiento de las TIC, obteniendo las siguientes respuestas:

- El 50% de las encuestadas admite que existe una opinión generalizada sobre la falta de aptitudes de las mujeres en el uso de las TIC, frente al 36% que no piensa que esta creencia exista y el 14% que no se manifiesta en este aspecto.
- Frente a esta creencia generalizada, sólo el 20,5% de las mujeres opina que los hombres poseen un mayor conocimiento de los programas informáticos y un 28% que las TIC sean difíciles de manejar.
- El 64% reconoce que el tener como referente a modelos de mujeres usuarias de TIC puede ser un elemento incentivador para que muchas mujeres se incorporen a la SI.
- También parece moderada (32,5%), la proporción de encuestadas que cree que las mujeres son más prácticas en el uso de Internet que los hombres, y es asimismo moderado el porcentaje de mujeres que está en desacuerdo con esta afirmación (35,5%). Parece que las mujeres prefieren adoptar un discurso igualitario, sin reconocer a ninguno de los dos sexos habilidades y aptitudes superiores en el uso de las TIC.

Desagregando por grupos de mujeres, no encontramos variaciones apreciables en cuanto a su percepción de las ventajas e inconvenientes de las TIC. Tan sólo son destacables las siguientes diferencias:

- El alto porcentaje de profesoras (75%) que piensan que las TIC facilitan la resolución de los problemas cotidianos, trece puntos superior a los otros dos grupos.
- El desacuerdo con la apreciación de que las TIC sean difíciles de manejar: el 82,5% de las profesoras no cree que el uso de las TIC sea difícil, y el 63% de las profesionales y el 64% de las empresarias tampoco lo cree.
- Y, quizá, la mayor conciencia de las profesoras universitarias en relación con la incertidumbre ante los efectos en la sociedad de los cambios tecnológicos (78% de respuestas afirmativas) y, sobre la existencia de ciertos prejuicios que discriminan a las mujeres como la creencia de su falta de aptitud frente a las TIC (65% de respuestas positivas por parte de las profesoras frente a 45% de los otros grupos profesionales).

Tabla 4.9. Ventajas e inconvenientes del uso de las TIC.

Las TIC ofrecen ventajas para mi vida profesional	95%
En general, las innovaciones tecnológicas contribuyen a un mayor bienestar y progreso de la sociedad	89,5%
Me siento mejor informada gracias a las TIC	78%
Utilizando Internet, muchas mujeres que no podían trabajar ahora pueden hacerlo	66%
Con las TIC se resuelven más fácilmente algunos problemas de la vida cotidiana	64,5%
Son necesarios modelos de mujeres usuarias de TIC como referente a seguir por otras mujeres para incorporarse y mejorar su situación profesional	64%
Las innovaciones tecnológicas cambian la sociedad pero no conocemos los efectos que esos cambios pueden tener en la vida de las personas y en la sociedad en general	62,5%
Las TIC hacen que las personas se comuniquen cada vez más entre sí	60%
Existe una creencia generalizada en la sociedad sobre la falta de aptitud de las mujeres frente a las TIC	50%
Las mujeres son más prácticas en el uso de Internet que los hombres	32%
Necesito las TIC en mi vida personal	31%
Las TIC son difíciles de manejar	28%
Los hombres conocen mejor los programas informáticos	20,5%

Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.

Base: Total de mujeres encuestadas.

En lo referente a las respuestas aportadas por las participantes en los grupos de discusión y las entrevistas sobre las ventajas e inconvenientes del uso de las TIC, éstas son similares a las de la Encuesta, pero muestran de un modo más definitivo su satisfacción ante los enormes beneficios que les han aportado las TIC, no sólo en su vida profesional, sino también en la personal. Estas informantes clave, cuyo uso de las TIC en el ámbito personal es más intensivo que el de las mujeres encuestadas, reconocen en mayor medida las ventajas que estas tecnologías les suponen para:

- “compaginar su vida profesional y familiar”;
- “organizar su tiempo y su trabajo” ellas mismas o “decidir dónde quieren vivir” gracias a la flexibilidad introducida por nuevas formas de trabajo, como el teletrabajo;
- “realizar cursos de especialización a distancia” mediante la teleformación;
- “tener más tiempo para ocio o estudio”;
- “comunicarse con amigos y familiares que viven lejos”; y,
- “comprar o acceder a la banca on line”.

En conclusión, el beneficio más valorado es el acceso a un volumen de información impensable hace tan sólo unos años, de forma instantánea y sin necesidad de

desplazamientos. Para estas mujeres innovadoras, Internet y el correo electrónico ha significado, por encima de todo lo demás, un ahorro de tiempo y dinero en el acceso a información y servicios, así como en las comunicaciones:

- *“Es más fácil y rápido acceder a mayor información, agilizando la realización de tareas”.*
- *“La principal ventaja es la comodidad de acceso a los servicios, tales como los bancos, proporcionados a través de Internet”.*
- *“Me ha permitido ahorrar mucho tiempo y mucho dinero en cuestiones tanto profesionales como de cualquier otro ámbito”.*

Reconocen, asimismo, que siguen existiendo en la sociedad estereotipos y prejuicios sobre un eventual peor manejo de las TIC por parte de las mujeres, si bien desmienten categóricamente que éstos se correspondan con la realidad, y suelen inclinarse por un discurso igualitario en el que las diferencias de uso no dependen del sexo, sino del grado de conocimiento y de aspectos personales:

- *“La utilización de Internet y el correo electrónico no depende en absoluto del sexo, sino más bien del nivel de conocimiento o desconocimiento de la herramienta, de las circunstancias personales, y, sobre todo, de la forma de ser de cada individuo”.*
- *“Las capacidades son las mismas. Lo que no siempre es igual son las oportunidades”.*
- *“No creo en las capacidades innatas, sino en lo que la cultura nos impulsa a desarrollar”.*

No obstante, la mayoría de las mujeres apoyan la idea de que las mujeres hacen un uso más práctico de las TIC, debido fundamentalmente a que su disponibilidad de tiempo de ocio es más limitada que la de los hombres.

En definitiva, las mujeres consideran que las TIC amplían las posibilidades de información y comunicación multidireccional (todos como potenciales emisores y receptores) y, por tanto, constituyen un instrumento fundamental para el desarrollo profesional y personal, y el acceso al trabajo y al poder:

- *“Las TIC y las nuevas formas de trabajo nos acercan a un nuevo modelo de sociedad más equitativa donde se establecen relaciones horizontales, donde la comunicación es cada vez más directa y concreta, donde la eficacia y las soluciones empiezan a valorarse más que la imagen y las palabras”.*
- *“Las TIC amplían las posibilidades y permiten el acceso a nuevas oportunidades, a mayores dosis de información interesante desde un punto de vista profesional y personal. Permiten aprender más, pero también aportar más, de una forma relativamente sencilla”.*
- *“Internet es un medio excepcional para crear redes de mujeres y contribuir a feminizar el mundo y la vida”.*

No obstante, son muy conscientes de que las TIC son meras herramientas y que todo dependerá de cómo las utilicemos para transformar la realidad:

- *“La tecnología puede tener un buen o un mal uso y de ello dependen los resultados”.*
- *“Las TIC son un arma de doble filo; pueden contribuir a reducir la discriminación o aumentarla”.*

5. CONCLUSIONES

Las mujeres innovadoras de Andalucía tienen un alto grado de acceso a las TIC, especialmente en el ámbito laboral. El ordenador personal se ha convertido en la tecnología más extendida en los lugares de trabajo (el 92% de las encuestadas dispone de PC). Se trata, además, de la herramienta básica para el acceso a Internet y el correo electrónico, muy generalizados también entre estas mujeres. Cerca del 90% de las encuestadas tiene acceso a Internet y correo electrónico en el trabajo, porcentaje que desciende al 65% de los hogares. En el hogar la tecnología más extendida es el teléfono móvil, seguida del ordenador personal. Asimismo, son significativos los porcentajes correspondientes a la dotación de lectores de DVD y abono a televisión de pago, indicativos de una fuerte inversión en tecnologías audiovisuales por parte de las encuestadas.

Atendiendo a los diferentes grupos de mujeres innovadoras a los que se dirigía la encuesta, las docentes son las que cuentan con mayor disponibilidad de ordenador personal, sea éste fijo o portátil, tanto en el hogar como en el trabajo. Además, en el ámbito laboral todas las profesoras encuestadas tienen acceso a Internet, correo electrónico y fax, mientras que los grupos de empresarias y profesionales, si bien tienen una gran disponibilidad de estas tecnologías, se sitúan 10 puntos por debajo del 100% registrado para el grupo de docentes. Las profesionales destacan por su mayor disponibilidad de tecnologías en el ámbito doméstico (teléfono móvil, acceso a Internet, correo electrónico, fax y DVD), debido a que su actividad profesional se realiza con frecuencia desde su casa. Por último, el grupo de las profesionales cuenta con más dotación de teléfono móvil en el hogar, mientras las empresarias son las que con más frecuencia disponen de esta tecnología en su lugar de trabajo.

La mayoría de las mujeres, tanto encuestadas como entrevistadas, acceden a las TIC desde sus lugares de trabajo, seguido de los hogares y, a mayor distancia, desde la casa de algún familiar o amigo; en último lugar, desde un terminal público.

La elevada frecuencia de uso de las TIC por parte de las encuestadas, junto con el hecho de que su inicio en el manejo de las tecnologías se ha realizado hace bastante tiempo, les confiere una gran experiencia de uso y un nivel de conocimiento elevado.

Casi el 80% de las encuestadas afirma tener mucho-bastante conocimiento del uso y manejo del PC, y casi el 70% dice dominar Internet. No obstante, hay que destacar la opinión crítica del grupo de programadoras informáticas y el de estudiantes universitarias respecto a la calidad de la formación reglada en TIC.

El aprendizaje en TIC se ha desarrollado para la mayoría de las encuestadas y entrevistadas en el lugar de trabajo (fundamentalmente, lo concerniente al uso del correo electrónico e Internet), seguido de las aulas de formación y los contactos con familia o amistades. Por otra parte, destaca especialmente el grupo profesional de las secretarías por su carácter autodidacta.

Entre las facilidades y posibilidades que ofrece el uso de las nuevas tecnologías, las mujeres innovadoras indican la realización de gestiones electrónicas, el poder trabajar desde casa o desde cualquier lugar, y la realización de cursos de formación.

A su vez, 6 de cada 10 mujeres señalan que estas TIC conllevan la exigencia de dedicar mucho tiempo a la formación en nuevas tecnologías, así como el hecho de que disponer de las mismas les obliga a llevarse trabajo a casa (4 de cada 10).

Como posibilidades del correo electrónico, el 94% de las encuestadas indica que agiliza el intercambio de información y comunicación, y el 77%, que agiliza la comunicación con las amistades y con la familia. Como inconveniente, el 28% señala que el correo electrónico absorbe mucho tiempo.

Asimismo, el 87% del total de las encuestadas señala que Internet les permite tener acceso instantáneo a la información, y algo más de la mitad afirma que las posibilidades de información que ofrece Internet les provoca una mayor exigencia sobre la calidad de su trabajo (dado el gran volumen de información que ofrece Internet, se requiere más tiempo para analizarla).

Las posibilidades que ofrecen estas tecnologías son similares para los distintos grupos de mujeres establecidos, así como para las mujeres entrevistadas y las participantes en los grupos de discusión.

Las mujeres de nuestro estudio se han adaptado completamente a la SI en su ámbito profesional, y la mayoría considera el PC e Internet herramientas imprescindibles en su trabajo. El teléfono móvil es la única TIC utilizada en mayor medida para comunicaciones personales que profesionales, salvo en el caso de las empresarias, que lo usan con igual intensidad por ambos motivos.

Sin embargo, esto no significa que las mujeres sólo hayan incorporado las TIC en su trabajo, ya que el uso del correo electrónico con familiares y amigos constituye

el segundo uso de Internet. También son relevantes los porcentajes de mujeres que ya utilizan frecuentemente Internet para la realización de gestiones de la vida diaria o para ocio. Y son bastantes las mujeres que utilizan Internet para compaginar su vida laboral y personal, ya sea llevándose trabajo a casa, o teletrabajando total o parcialmente.

Respecto a los servicios más utilizados, este estudio confirma la importancia que tiene Internet para las mujeres como medio de comunicación. El correo electrónico supera en 15 puntos a la consulta de información como primer servicio de Internet. Asimismo, las mujeres tienen un uso más utilitario que de ocio de Internet y el correo electrónico. Son muy bajos los porcentajes de acceso a aquellos servicios de Internet más lúdicos, tales como la descarga de música y audio *on line*, los juegos en red, o los chats y foros personales.

En cuanto a las mujeres entrevistadas en profundidad, éstas se caracterizan por un uso de las TIC un poco más intensivo, avanzado e innovador que las encuestadas, debido, sobre todo, a presentar normalmente más experiencia de uso y más conocimientos. Muchas de ellas no sólo acceden a Internet como meras usuarias, sino también como creadoras de contenidos y servicios en la red. Sobre todo, realizan muchas más gestiones a través de Internet, ya sea de banca *on line* o de compra.

Cuando se les pregunta por su grado de satisfacción con el uso de las TIC, la casi totalidad de las mujeres, independientemente de su edad u ocupación profesional, declara estar muy satisfecha. Y las mujeres se encuentran más contentas con aquellas TIC en cuyo uso hallan mayores utilidades y ventajas, como son el PC, el correo electrónico e Internet, que con TIC más tradicionales y simples, como el fax o el teléfono móvil.

Que las mujeres estén muy satisfechas con el uso de las TIC no significa que no perciban todavía problemas importantes en el desarrollo y utilización de Internet y el correo electrónico. Las limitaciones más señaladas por las mujeres son la falta de seguridad debido a carencias en el desarrollo o implantación del software, las deficiencias en las infraestructuras de acceso, el alto coste y el gasto de tiempo ocasionado por la insuficiente organización de la información almacenada en Internet.

Muchas de las mujeres plantearon también las deficiencias de infraestructuras y servicios en las zonas rurales como una de las grandes insuficiencias a resolver. Sin embargo, casi ninguna mujer usuaria considera que estas TIC sean difíciles de manejar.

A pesar de las limitaciones expuestas, las mujeres innovadoras reconocen que las ventajas que ofrecen estas TIC son muy superiores a los inconvenientes. Para ellas, el principal beneficio de utilizar Internet y el correo electrónico es la rapidez y

comodidad en las comunicaciones, tanto profesionales como personales. También valoran muy positivamente la posibilidad de obtener formación *on line* y de ser más creativas.

Sin embargo, son menos conscientes de los beneficios que les puede aportar Internet para conseguir un empleo o crear una empresa, excepto por las mujeres más jóvenes que utilizan Internet en gran medida para buscar empleo.

También se preguntó a las mujeres innovadoras por su grado de acuerdo con diversas ventajas e inconvenientes que presenta el uso de las TIC, obteniendo resultados globales muy positivos. En lo referente al ámbito profesional, reconocen que las TIC les ofrecen ventajas para su vida profesional, que se sienten mejor informadas, y que facilitan la incorporación de las mujeres al mercado de trabajo. Con respecto al ámbito personal, opinan que las TIC facilitan la resolución de problemas de la vida cotidiana, si bien sólo un tercio de mujeres las perciben como herramientas necesarias en su vida personal, al contrario que su percepción de las TIC como instrumentos esenciales en el ámbito profesional. Sólo las mujeres más innovadoras reconocen la importante ayuda de Internet y el correo electrónico para compatibilizar su vida laboral y personal.

En cuanto a cuestiones más genéricas como los cambios socioeconómicos provocados por la introducción de las TIC, la mayoría estima que los efectos, en general, están siendo positivos, pues cree que contribuyen a un mayor bienestar y progreso.

En conclusión, para las mujeres Internet y el correo electrónico suponen, por encima de todo lo demás, un ahorro de tiempo y dinero en el acceso a información y servicios, así como en las comunicaciones. Y consideran que esta ampliación de las posibilidades de información y comunicación multidireccional constituye un instrumento fundamental para el desarrollo profesional y personal.



5

**Perfiles de mujeres
usuarias de TIC**

1. PERFILES DE MUJERES USUARIAS DE TIC

El presente estudio, de carácter eminentemente cualitativo, se centra en aquellas mujeres andaluzas que usan habitualmente las tecnologías de la información y la comunicación. Siendo uno de los objetivos de la investigación el poner de manifiesto las oportunidades y los retos que la sociedad de la información plantea para las mujeres, metodológicamente ha sido necesario tener como interlocutoras a mujeres familiarizadas con estas tecnologías. En este sentido, las mujeres entrevistadas en profundidad cumplen el requisito de ser usuarias de Internet y el correo electrónico desde hace, al menos, un año, aunque en general estas mujeres cuentan con mucha más experiencia en nuevas tecnologías.

Bajo esta premisa, en el presente capítulo se presenta una relación de distintos **tipos de usuarias de TIC**, con el objetivo de conocer los usos, la aplicación y las actitudes de las mujeres ante las nuevas tecnologías en su vida diaria, tanto en el ámbito privado como en el profesional, destacando las actitudes y comportamientos comunes detectados para cada uno de los siguientes tipos:

- Estudiantes
- Programadoras informáticas
- Secretarías de dirección
- Autoempleadas - Teletrabajadoras autónomas
- Profesoras universitarias - Investigadoras
- Profesionales de la comunicación
- Directivas
- Amas de casa

Los tipos seleccionados vienen definidos por tres variables principales: ocupación profesional, cargo desempeñado en la empresa o institución en la que trabaja (ligado a la asunción de responsabilidades profesionales) y edad. El resultado presenta una panorámica diversa de usos, que engloba tanto a las usuarias más activas, aquéllas que con sus aportaciones y contenidos construyen la red diariamente, como esas otras usuarias cuya vinculación con Internet se basa en la demanda de servicios e información.

A lo largo del capítulo, en el título que encabeza cada uno de los tipos de usuarias analizados, se ha optado por destacar mediante un adjetivo la característica más sobresaliente de cada grupo de mujeres en su relación con las TIC. Conviene subrayar que no se trata de rasgos excluyentes, sino definitorios de las actitudes y aptitudes que se han observado a lo largo de la investigación en las diferentes entrevistas y grupos de discusión realizados.

1.1. ESTUDIANTES: USUARIAS PASIVAS

Las estudiantes universitarias andaluzas que han colaborado en la investigación tienen edades comprendidas entre 18 y 24 años, están cursando estudios universitarios de primer o segundo ciclo, viven en áreas urbanas y normalmente en el domicilio familiar, y no tienen familiares dependientes a su cargo. En algunos casos compatibilizan trabajo y estudios, mediante empleos con jornadas parciales, aunque la totalidad de ellas se encuentra en la fase de búsqueda de su primer empleo.

En general, las estudiantes disponen de TIC en el hogar, sobre todo de ordenador personal, ya que el acceso a Internet se reduce significativamente. Como alternativas para conectarse a la red las estudiantes utilizan los terminales de su centro de estudios y, en menor medida, acuden a los cibercafés. En general, utilizan cuentas de correo electrónico gratuitas, que les permiten la consulta desde cualquier ordenador.

En opinión de las estudiantes, el acceso desde terminales públicos es complicado. En las Facultades y Escuelas el uso de Internet tiene restricciones (los equipos disponibles, insuficientes con relación al número de alumnos, están normalmente en la biblioteca y en las aulas de informática y limitados a determinados usos).

Si bien las estudiantes se sienten familiarizadas con el ordenador personal (la aplicación informática más utilizada por ellas es el procesador de textos), el correo electrónico e Internet son tecnologías relativamente nuevas para ellas. De hecho, para algunas estudiantes el primer contacto con la red Internet es el de los cursos de iniciación impartidos en la universidad. Para aquéllas que tienen acceso a la red desde el hogar, su iniciación en Internet ha estado vinculada a la utilización de esta herramienta por sus familiares, ya que la iniciativa de compra del ordenador personal es, la mayor parte de las veces, de los hombres de la familia (hermanos o padres).

Respecto al nivel de conocimiento de las TIC, cuando estas estudiantes, en la actualidad universitarias, cursaban estudios secundarios, no se impartían asignaturas relacionadas con las TIC. Esta generación ha vivido el periodo de transición de las instituciones educativas y la sociedad (los hogares) a la incorporación a Internet y la sociedad de la información, convirtiéndola en una generación desorientada y carente de vínculos sólidos respecto a las nuevas tecnologías (a las carencias formativas regladas en TIC, se le une el que aún no se han incorporado al mercado laboral).

En cuanto a la formación sobre TIC adquirida en la universidad, las estudiantes manifiestan una opinión crítica frente a un sistema educativo que, según creen, prima la teoría sobre la práctica, y no se adapta de forma rápida a los cambios sociales y a las necesidades del mercado laboral.

- En general, en la universidad las estudiantes adquieren algunos conocimientos sobre programas concretos, mientras los cursos relacionados con Internet son menos frecuentes.
- Los medios materiales para la realización de las clases prácticas de informática son insuficientes. Los alumnos se ven obligados a compartir ordenador (3 o 4 alumnos por ordenador).
- La didáctica de las clases no es adecuada. Los exámenes de informática consisten en la realización de ejercicios prácticos escritos, en vez de realizar casos prácticos en las aplicaciones informáticas específicas (por ejemplo, programas de contabilidad). Esta fórmula condiciona al alumno a estar más pendiente de tomar apuntes para el examen que de manejar el programa informático.
- El software utilizado para la docencia no está normalmente actualizado.
- La formación recibida sobre TIC en la carrera es insuficiente y eso se pone de manifiesto en las entrevistas de trabajo, lo que obliga a las estudiantes a buscar formación adicional en enseñanzas no regladas.
- No se facilita una formación específica respecto a Internet orientada a los estudios universitarios que se están llevando a cabo.

Algunas estudiantes afirman ser menos habilidosas en el manejo de las tecnologías en relación con los hombres (hermanos y padres, fundamentalmente), aunque en general piensan que el uso del ordenador es sencillo. Derivados de la poca destreza en el manejo del ordenador, se apuntan otros inconvenientes en el uso de las TIC, como son la pérdida de tiempo debido a la navegación irrelevante, y la necesidad de dedicar un importante número de horas para organizar y procesar el ingente volumen de información existente en Internet.

Por otra parte, la saturación publicitaria en la red y la lentitud de las conexiones se perciben como dificultades en el uso de Internet.

Teniendo en cuenta los inconvenientes señalados y analizando las aplicaciones que las estudiantes universitarias dan a las nuevas tecnologías, se deduce cierta pasividad en el uso de Internet. En general, extraen muy poca utilidad de su uso y ceden su tiempo de Internet, puesto que no le conceden importancia a las ventajas que les puede ofrecer debido al desconocimiento de éstas.

Los usos que hacen de Internet las estudiantes son reducidos, si bien lo emplean de forma pragmática en relación con sus intereses más inmediatos, académicos y de búsqueda de empleo:

- Obtienen apuntes de diversas asignaturas, tanto en la Web de la universidad como en otras (por ejemplo, “El rincón del vago”).
- Realizan consultas del expediente académico y trámites administrativos.

- Y, fundamentalmente, utilizan Internet para su problema fundamental en la actualidad: la búsqueda de empleo. Esta búsqueda la realizan tanto mediante páginas y portales específicos (Infojob.com, Infoempleo.com), como a través del acceso a páginas Web corporativas para enviar el currículum o cumplimentar cuestionarios con datos personales y profesionales. Las estudiantes que tienen una conexión a Internet más estable (desde casa) suelen utilizar el correo para recibir ofertas de empleo con un perfil profesional establecido.

En general, no conciben Internet como un medio de ocio, de comunicación, y de búsqueda de información de interés personal, a diferencia de generaciones posteriores. No conocen los servicios que puede ofrecerles Internet.

De forma muy minoritaria acceden a *chats*. Algunas estudiantes conocen casos de establecimiento de nuevas relaciones mediante los *chats* (amistad en otros países, relaciones sentimentales); también reservan billetes para viajes o compran entradas de cine. El envío de mensajes a amigos, móviles, etc., es también minoritario.

Respecto a los usos de la tecnología por parte de hombres y mujeres¹, las estudiantes observan diferencias significativas. El hombre tiene una dependencia mayor del ordenador y de Internet: fútbol, juegos en red y páginas de sexo, mientras las mujeres se interesan más por la información. Estos usos se explican, en parte, por las diferencias en la disponibilidad de tiempo para uno y otro sexo (la mujer, que generalmente asume una sobrecarga de trabajo en el hogar, no suele utilizar las nuevas tecnologías en el ámbito privado).

En este sentido, el teletrabajo se contempla con desconfianza, ya que puede aislar a la mujer en el hogar, condicionándola a una doble jornada (cuidado de la casa y los hijos y trabajo profesional en el hogar). Las estudiantes no son optimistas respecto a las posibilidades que las nuevas tecnologías pueden brindar en la equiparación laboral entre hombres y mujeres. Si bien consideran que las TIC son fundamentales para acceder al mercado laboral, desconocen los servicios que puede ofrecerles Internet y no tienen una opinión clara sobre lo que les gustaría obtener en un futuro próximo.

1. Las actitudes y opiniones sobre los temas de discriminación laboral y combinación de la vida laboral y familiar en relación con las nuevas tecnologías, así como el uso diferenciado de las TIC entre hombres y mujeres se tratan en profundidad en el capítulo 7.

1.2. PROGRAMADORAS INFORMÁTICAS: USUARIAS EXPERTAS

El siguiente tipo de usuaria de Internet, caracterizado por su especialización profesional técnica en el ámbito de la informática, está integrado por mujeres jóvenes, con edades comprendidas entre los 25 y los 34 años, procedentes de ingenierías técnicas o superiores de informática, así como de carreras técnicas diversas (ciencias matemáticas, ciencias químicas, etc.), que han tenido que optar por una formación adicional en programación al no encontrar empleos relacionados directamente con sus especialidades. Así, la formación técnica que poseen la han adquirido en la universidad o en empresas privadas, mediante cursos de entrenamiento previos a la contratación laboral. Por otra parte, su juventud condiciona su situación en el mercado laboral. Se trata de mujeres que están iniciando su carrera profesional (en la mayor parte de los casos, su experiencia laboral no excede de los cuatro años).

Estas jóvenes son plenamente conscientes de la importancia de las TIC y su impacto en la sociedad, y este convencimiento ha sido clave a la hora de enfocar su carrera profesional hacia el área informática. Su trabajo diario se realiza con ordenadores y consiste en programar y poner en práctica distintas aplicaciones informáticas, crear y mantener páginas Web, administrar sistemas informáticos, etc. De este modo, intervienen directamente en la introducción de las TIC en las empresas andaluzas.

Su alto grado de conocimiento de las TIC las convierte en usuarias intensivas de estas tecnologías, tanto en el trabajo como en su vida personal. No podrían trabajar sin ordenador, aunque Internet no es tan importante en el desarrollo de sus tareas profesionales y podrían prescindir de su uso. Respecto al correo electrónico, hay división de opiniones: mientras algunas programadoras afirman poder realizar su trabajo sin esta herramienta, otras lo consideran fundamental.

Analizando los servicios específicos de Internet que utilizan, es paradójico constatar que las empresas del sector informático controlan significativamente el acceso a Internet de sus trabajadores, permitiéndoles utilizar únicamente los servicios disponibles en la Intranet de la compañía y el correo electrónico. Así, los usos de Internet de estas profesionales en su lugar de trabajo se limitan al envío y recepción de correo electrónico con jefes y compañeros, y, en menor medida, al acceso a la Intranet (conexión con bases de datos, acceso a documentos administrativos, comunicación con otros departamentos), y en los casos en los que está permitido, descarga de diverso material y documentación de Internet (manuales informáticos) y participación en foros profesionales. Sin embargo, para aquellas profesionales dedicadas al diseño de páginas Web, Internet es una fuente imprescindible de referencia (información, diseños, etc.)

En la vida personal los usos más extendidos son el correo electrónico para comunicarse con amigos y familiares, y la búsqueda de información, sobre todo la

relacionada con ofertas laborales y oposiciones, aunque también se utiliza para planificar el tiempo de ocio (consulta de la cartelera de cine, información de viajes, descarga de música, etc.) y, en algunos casos, jugar. Otros usos muy valorados por estas mujeres son el acceso a la información y gestión de operaciones bancarias *on line*, y la realización de trámites administrativos y fiscales a través de la red (como la realización de la Declaración de la Renta).

Tienen las ideas muy claras respecto a las ventajas y limitaciones que las nuevas tecnologías pueden brindarles. Frente al mayor beneficio identificado por estas mujeres (el ahorro de tiempo), son conscientes de que existen todavía muchas limitaciones que es necesario erradicar, como son la lentitud de las conexiones, el elevado coste de acceso a Internet (critican el precio establecido por el operador dominante para el acceso al ADSL) y de renovación de los equipos, así como la escasa seguridad de las redes. En ésta última cuestión se apunta además el problema de la regulación en la protección de los datos que, según su opinión, perjudica a los informáticos que trabajan con esta información y que les hace asumir responsabilidades que no les corresponden.

Se trata de un tipo de usuaria de TIC muy crítica respecto a su trabajo y los conocimientos adquiridos en su etapa de formación. Opinan que las enseñanzas que recibieron son insuficientes, que necesitan actualizarlas continuamente, y que muchas de las herramientas (lenguajes y programas) que utilizan en el trabajo están obsoletas. Respecto a los conocimientos necesarios para utilizar Internet, piensan que el manejo básico es muy sencillo, pero, sin embargo, es difícil no perderse en la amalgama de información existente en Internet. Algunas mujeres critican la falta de claridad y orden de la mayoría de las páginas Web y la escasa eficacia de algunos buscadores.

Su relación con la red Internet ha tenido diferentes etapas; desde la euforia inicial en la que se “abusaba” de la red (intensa participación en *chats* y foros) a una etapa posterior, la actual, en la que afirman hacer un uso más racional y pragmático de los recursos electrónicos.

Este colectivo afirma padecer discriminación en su entorno laboral, tradicionalmente dominado por hombres y, aún hoy, mayoritariamente masculino. Las diferencias de género implican también – en su opinión – discriminaciones en sueldos, promociones y contratos. Si bien todas las tareas realizadas por los programadores y programadoras son perfectamente identificables (la asignación de tareas, la información de los procesos realizados, etc., queda registrada electrónicamente), sigue existiendo un trato preferencial hacia los hombres, que se manifiesta también en las relaciones personales que se establecen en la empresa entre directivos (hombres) y asalariados (hombres).

En su opinión, existen diferencias notables en los usos de la tecnología realizados por hombres y mujeres. Los hombres dedican más tiempo a Internet, suelen tener conocimiento de la existencia de nuevas versiones de programas y aplicaciones (lo que no implica que conozcan las aplicaciones mejor que las mujeres). Sin embargo, la mayoría de las veces no hacen un uso práctico de ellos y se limitan a leer noticias sobre las novedades informáticas aparecidas en el mercado.

Las mujeres suelen utilizar Internet para buscar informaciones concretas, mientras los varones emplean mucho tiempo descargando programas y navegando en páginas relacionadas con sus aficiones (deporte, música, películas, páginas de sexo).

Respecto a la combinación entre la vida familiar y laboral, es significativa su opinión negativa respecto al teletrabajo. La mayoría de estas mujeres está convencida de que no se trata de una buena opción: en la actualidad esta fórmula impone horarios de trabajo extensos y salarios bajos, además del aislamiento al que se ve sometido el teletrabajador en su empleo.

1.3. SECRETARIAS DE DIRECCIÓN: USUARIAS ENTUSIASTAS

Las secretarías de dirección que han colaborado en esta investigación tienen edades comprendidas entre 35 y 44 años, poseen estudios secundarios o universitarios de primer ciclo, y viven en áreas urbanas.

Se trata de profesionales con 15 o 20 años de experiencia laboral. La introducción de la informática les sorprendió en sus puestos de trabajo y la adaptación a las nuevas tecnologías la han realizado en paralelo a sus obligaciones laborales, en muchos casos de forma autodidacta, en una época en que los cursos de formación eran escasos. Estas mujeres han vivido la transición de la “pre-sociedad de la información” a la “post-sociedad de la información”. Su experiencia autodidacta les hace no tener ningún miedo al fracaso y esta actitud les facilita cualquier proceso de aprendizaje.

Su nivel de conocimiento de las TIC es el de usuarias y manejan con eficacia la mayor parte de las aplicaciones ofimáticas comerciales (estandarizadas) como procesadores de texto, hojas de cálculo, programas de gestión de bases de datos y, últimamente, programas de diseño de presentaciones.

Actualmente, su ejercicio profesional está vinculado a las TIC. Tras el ordenador, la herramienta más utilizada en su puesto de trabajo es el correo electrónico (para comunicarse con compañeros de trabajo y superiores). Internet lo utilizan en menor medida para buscar información y organizar viajes de negocios a sus jefes, aunque en algunos casos el acceso a Internet para estas profesionales está restringido.

Han sido testigos directos del impacto de las tecnologías en la organización del trabajo. En este sentido, las comunicaciones en el seno de la empresa se han modificado sustancialmente respecto a la situación anterior a la aparición de Internet. Ahora, el 95% de la comunicación se realiza a través de correo electrónico y se ha suprimido casi por completo el uso del fax y el archivo de documentación en papel. Igualmente, se han reducido las llamadas telefónicas. La utilización de intranets ha mejorado su trabajo en gran medida, al permitirles compartir recursos e información. El balance global se traduce en mayor rapidez en los flujos de información y en la realización de tareas. Un ahorro considerable de tiempo y recursos, aunque también reconocen que se podría ahorrar aún más tiempo si se explotaran todas las posibilidades que ofrecen las redes internas e Internet.

Afirman que el proceso de adaptación a las TIC aún no ha finalizado y debe depurarse. A modo de ejemplo, señalan dos casos significativos. Por un lado, afirman que aún hoy se dan problemas de coordinación entre secretarías y mandos superiores, con la pérdida de eficacia que esto conlleva. El hecho de que el correo electrónico sea una herramienta de uso personal para los jefes/as ha provocado en ocasiones que las secretarías no reciban informaciones que son necesarias para la realización de su trabajo. Calculan que han perdido control sobre un 30% de la información de la agenda y comunicaciones de su jefe. Por otro lado, opinan que todavía existen trabajadores muy reacios al uso de las TIC (normalmente los de mayor edad y categoría profesional superior). Estos trabajadores inadaptados a las TIC siguen imprimiendo información y documentos, o enviándolos por correo electrónico en lugar de utilizar la Intranet para su difusión.

Los directivos y mandos superiores suelen ser hombres en un porcentaje muy elevado respecto a las mujeres. Las secretarías de dirección perciben diferencias significativas en el uso de las TIC entre sus jefes varones y ellas mismas. En algunos casos, su papel es el de intermediarias en el acceso de sus jefes a la sociedad de la información. Éstos, que por lo general tienen edades superiores a los 40 años, no manejan TIC y normalmente son las secretarías las que les inician en su uso y les enseñan los aspectos básicos para su utilización. Respecto a los compañeros de trabajo varones, las secretarías no perciben diferencias en el uso profesional de las TIC, aunque algunas opinan que la mujer, al ser más constante, tiene más dominio de las herramientas ofimáticas.

Respecto al uso de TIC en la vida privada, las secretarías perciben diferencias entre sexos. Ellas generalmente utilizan la banca *on line*, la búsqueda de información sobre viajes, ocio, etc. y el correo electrónico para mantener el contacto con los amigos y la familia. Los hombres, sin embargo, usan más la tecnología como entretenimiento: suelen visitar páginas de chistes, noticias deportivas y *chats* en mayor medida que las mujeres.

Consideran que el acceso a Internet desde el hogar es, hoy por hoy, difícil. Los precios del equipamiento informático y acceso a Internet son elevados, las conexiones son lentas si no se dispone de banda ancha y los horarios de trabajo de la mayoría de la población no permiten tener demasiado tiempo de ocio para dedicarlo al uso de las TIC. Aun así, muchas de estas profesionales disponen de ordenador y conexión a la red en su casa, o bien acceden a centros públicos para utilizar los servicios de Internet en su tiempo de ocio (en algunos casos, incluso el acceder a un centro público es una necesidad, ya que algunas mujeres ceden su tiempo de Internet a otros familiares).

En cuanto al acceso de la mujer a la SI, las secretarías creen que la edad y la condición laboral son factores determinantes para el uso de las TIC. Las mujeres de edades avanzadas y aquéllas que no trabajan fuera del hogar apenas tienen acceso a la tecnología: es caro acceder a las TIC desde el hogar, y un gran porcentaje de mujeres desconoce su utilidad y manejo. Además, estas mujeres que no acceden al mercado laboral disponen de menos tiempo para descubrir e interesarse por las TIC, al dedicarse por completo a las tareas del hogar y a sus responsabilidades familiares.

El teletrabajo les parece una opción válida para la mujer si ésta la elige libremente. Por el contrario, si se trata de una situación impuesta que persigue que la mujer realice una doble jornada (doméstica y profesional) en el hogar, la rechazan completamente como un retroceso en el camino hacia una sociedad más igualitaria entre hombres y mujeres. En este sentido, no son muy optimistas respecto a que las TIC puedan contribuir a cambiar sustancialmente la discriminación de género.

A partir de la información recabada se podría destacar que las secretarías de dirección son un tipo de usuaria entusiasta de las tecnologías de la información y la comunicación. Consideran que las TIC son herramientas de gran utilidad que les enriquecen tanto en su desarrollo profesional como personal.

1.4. AUTOEMPLEADAS - TELETRABAJADORAS AUTÓNOMAS: USUARIAS PRAGMÁTICAS

El perfil socioeconómico correspondiente a las autoempleadas o empresarias autónomas es el de mujeres con edades comprendidas entre los 35 y 45 años, profesionales independientes, pertenecientes tanto a especialidades técnicas como sociales, cuya iniciativa personal les ha permitido establecer un negocio propio basado en sus conocimientos y apoyado en las nuevas tecnologías para desarrollar su trabajo (teletrabajo).

Determinadas especialidades profesionales no sólo permiten trabajar de forma autónoma, sino también en el propio hogar, con un ambiente adecuado para la

realización de determinadas tareas (por ejemplo, redactar un informe de mercado, o programar una aplicación informática). La ventaja de las TIC que más valoran estas emprendedoras es la posibilidad de realizar su trabajo desde cualquier lugar. De hecho, este tipo de profesionales que trabaja en casa suele vivir en el campo o en localidades alejadas de las grandes ciudades, y son precisamente las TIC (sus hogares están dotados de ordenador personal, teléfono, conexión a Internet, correo electrónico) las que favorecen el desarrollo de sus negocios, y a la vez contribuyen a mejorar su vida personal (ahorro de tiempo en traslados a la oficina, que se cambia por tiempo libre para cultivar otras aficiones).

En general, estas profesionales se caracterizan por una visión y utilización pragmática de las TIC. En algunos casos, son expertas informáticas, pero en otros, manejan las TIC únicamente a nivel de usuario. No obstante, en este último caso buscan consejos expertos (de amigos o especialistas) para problemas concretos que puedan poner en peligro o paralizar su trabajo (seguridad, virus informáticos, etc.). El aprendizaje de las TIC ha sido en este caso intuitivo: a medida que han aparecido TIC las han adoptado en sus actividades profesionales conforme comprobaban su utilidad.

Los usos más frecuentes en el ámbito laboral son aquéllos relacionados con la comunicación. Utilizan el correo electrónico para mantener contacto con clientes y proveedores, intercambiar todo tipo de documentos, y en algunos casos recurren al teléfono para realizar reuniones con clientes, colaboradores etc. Además, suelen participar activamente en foros de discusión profesionales. Internet lo utilizan sobre todo para consultar información, y en menor medida descargar programas informáticos y actualizar software. El uso de estas herramientas permite un ahorro considerable de tiempo y dinero. En el caso de las profesionales dedicadas a la consultoría ha simplificado notablemente el proceso de trabajo, eliminando por completo la tarea de impresión de documentos y el envío de éstos por mensajería.

Por otra parte, para estas mujeres la Web es también un escaparate para ofrecer sus servicios, publicitarse o dar difusión a su actividad profesional.

Las aplicaciones de Internet en la vida personal de estas profesionales son muy variadas y frecuentes, motivadas tanto por el emplazamiento geográfico de sus “hogares-oficinas”, como por su amplio conocimiento de la oferta de servicios disponible en Internet. Así, destacan la búsqueda de información de viajes, ocio, música, cine, deporte, medicina, etc., las visitas a páginas Web de museos, así como la compra de diversos productos (sobre todo libros y discos). Sin embargo, la compra electrónica, incluso para estas usuarias intensivas de Internet, genera cierta desconfianza.

Pero, sin duda, el servicio de Internet más valorado y utilizado en el ámbito personal es el correo electrónico. Estas profesionales se comunican casi a diario con familiares y amigos a través de la red (especialmente con aquéllos más alejados geográficamente), y mantienen con ellos un intercambio de información digital intenso (envío de fotografías, música, etc.) Incluso en ocasiones crean páginas Web especialmente dedicadas a la familia. Es significativo apuntar algunas opiniones que afirman que mediante el correo electrónico se han recuperado muchas amistades. Este instrumento permite una comunicación fluida con aquellas personas con las que no existe una relación estrecha (a diferencia del teléfono, que en ocasiones puede ser un medio inoportuno a la hora de contactar). Por otra parte, es una herramienta que aunque exige precisión se presta al establecimiento de relaciones profundas.

Las teletrabajadoras autónomas son usuarias exigentes de Internet. En este sentido, suelen realizar numerosas reclamaciones a los proveedores de telecomunicaciones que no ofrecen un servicio adecuado a sus necesidades y están preocupadas por la seguridad en la red. También reclaman nuevas utilidades y servicios no existentes aún en Internet, como guías de referencia de páginas Web de interés profesional.

Estas mujeres están muy sensibilizadas ante la discriminación de género, tanto en el ámbito laboral, como en el familiar y social. Su experiencia personal atípica se ha encontrado en algunos casos con recelos y desconfianzas. Así, afirman que la tecnología es un medio que puede ayudar a la mujer, pero que necesariamente debe ir acompañado de formación, profesionalidad, constancia, responsabilidad y reciclaje continuo de conocimientos.

No obstante lo anterior, su visión sobre las posibilidades de Internet para las mujeres es positiva, sobre todo respecto a aquellas mujeres que viven en áreas rurales (acceso a información y formación, posibilidades de una mayor comunicación que disminuya el aislamiento, etc.), pero son conscientes de los riesgos que entraña el teletrabajo como opción impuesta a la mujer para que realice una doble jornada.

Para estas mujeres Internet ha mejorado cualitativamente su vida, permitiéndoles trabajar en el lugar que ellas eligen. Su visión sobre la red es muy pragmática: piensan que se trata de una herramienta que puede contribuir a la planificación personal de hombres y mujeres en la medida en que permite nuevas formas de organización más libres y responsables.

1.5. PROFESORAS UNIVERSITARIAS - INVESTIGADORAS: USUARIAS REFLEXIVAS

Las mujeres dedicadas a la docencia que han participado en este estudio responden a un perfil con edades comprendidas entre los 35 y los 54 años, tienen un alto grado

de especialización profesional, como corresponde a los estudios universitarios, y pertenecen tanto a carreras técnicas como a humanidades y ciencias sociales. En general, estas mujeres manifiestan una inquietud por la reflexión sobre la SI y las transformaciones que ésta ocasiona en distintos ámbitos sociales.

Este tipo de mujer dispone de tecnologías de la información y la comunicación (ordenador personal, acceso a Internet y correo electrónico), tanto en su entorno laboral como en su hogar, y las utiliza con mucha frecuencia (diariamente). Su acercamiento y aprendizaje de las TIC ha sido generalmente autodidacta, impulsado por colegas o amigos, aunque hayan realizado con posterioridad algún curso de formación específico. Se trata de un grupo de usuarias de TIC con amplia experiencia, ya que usan el ordenador e Internet desde hace años.

En el ámbito laboral estas profesionales han incorporado las TIC como una herramienta de trabajo fundamental de la que afirman que sería difícil, y en algunos casos imposible, prescindir.

El servicio de Internet que mayor valor añadido aporta a las docentes es la consulta de información en la Web, ya que una parte importante de su actividad universitaria está relacionada con la investigación. De hecho, las páginas Web más consultadas por las profesoras son las de directorios y buscadores, las de instituciones públicas y las relacionadas con ciencia y educación.

La comunicación mediante el correo electrónico es también una herramienta muy utilizada, tanto para relacionarse con colegas como para contactos personales. Las profesoras, además, se sirven de las TIC para continuar el trabajo desde su hogar y para trabajar en red. En este sentido, valoran muy positivamente las posibilidades de las TIC para crear redes de colaboración profesional y facilitar la cooperación con otras instituciones. Para este colectivo es también muy frecuente la adhesión a grupos de noticias específicos y la transferencia de ficheros.

La red es para este grupo de mujeres un espacio privilegiado para la formación, y se sitúan tanto del lado de la oferta formativa, como del de la demanda. Las profesoras son creadoras de contenido en la red, ya que en general disponen de un espacio en la Web de su universidad y, en algunos casos, producen y alimentan páginas Web con información especializada e incluso páginas personales. Su dedicación a la docencia implica además una reflexión sobre las nuevas tecnologías y su aplicación al campo de la enseñanza. Por otra parte, su elevado nivel formativo, y sus intereses e inquietudes profesionales las convierten en grandes demandantes de teleformación.

Las aplicaciones informáticas más utilizadas por las docentes son el procesador de texto y los programas de diseño de presentaciones, debido a la labor de difusión

que realizan de forma continuada, tanto para los alumnos como en el ámbito académico, impartiendo conferencias y seminarios.

Se aprecian, sin embargo, diferencias en cuanto al uso de las TIC en el ámbito personal: mientras algunas entrevistadas afirman realizar un uso intensivo de Internet en su hogar (compras, búsqueda de información de turismo y viajes, arte y espectáculos, etc.), otras declaran no utilizar ningún servicio electrónico.

Estamos ante un tipo de mujer que profesionalmente se relaciona a diario con las tecnologías de la información y la comunicación, y que ha convertido Internet en herramienta de trabajo imprescindible de la que obtiene una gran rentabilidad, tanto en términos de ahorro de tiempo, como de aumento de la calidad de su trabajo. Debido al uso intensivo de Internet que realizan y de las ventajas que les ofrece, son también un grupo muy crítico con las limitaciones actuales de la tecnología (conexiones lentas o inestables, elevado coste de acceso y uso, pérdida de tiempo debido a la sobrecarga de información en la red), advierten con preocupación los riesgos que las TIC pueden implicar (el uso del ordenador e Internet puede conducir a las personas a ser más introvertidas), pero, en general, consideran que las innovaciones tecnológicas contribuyen a un mayor bienestar y progreso social. Para estas profesionales la principal barrera para el uso de Internet por parte de muchas mujeres es que no son conscientes de las posibilidades que la red ofrece.

1.6. PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN: USUARIAS UTÓPICAS

La revolución tecnológica inherente al desarrollo de la sociedad de la información y su mayor exponente, la red Internet, han modificado sustancialmente los modelos de comunicación tradicionales. Frente a los grandes medios de prensa, Internet se configura como un nuevo instrumento de trabajo que ofrece la posibilidad de generar nuevas voces y puntos de vista alternativos.

Desde esta perspectiva, el tipo de usuaria de las TIC que analizamos a continuación tiene ante sí un reto inevitable: adaptarse al nuevo entorno comunicativo en algunos casos y, en otros, aprovechar las oportunidades que la sociedad de la información le brinda.

Las mujeres dedicadas a la comunicación que han participado en este estudio responden a un perfil con edades comprendidas entre los 25 y los 44 años, y por lo general tienen estudios universitarios en Ciencias de la Información, si bien se dan casos de niveles de estudio secundarios. Todas ellas manifiestan un interés y un acercamiento a los temas relacionados con las nuevas tecnologías, ya sea desde un punto de vista profesional (el papel tradicional del periodista está en plena

transformación), o social (como comunicadoras, el acceso de la sociedad a las nuevas tecnologías y el objetivo de evitar la brecha digital son temas de actualidad e interés público).

La convergencia tecnológica y el proceso de digitalización de la información han facilitado la multiplicación de emisores y la aparición de nuevos medios, con contenidos especializados, minoritarios en ocasiones, pero de gran valor y riqueza social y cultural.

La labor profesional de estas mujeres refleja los cambios que está experimentando la profesión periodística. Algunas de ellas se dedican a generar información sobre nuevas tecnologías en medios de comunicación tradicionales (por ejemplo, el programa “Aviso para navegantes” de Canal Sur Radio); otras han creado y gestionan boletines y revistas electrónicas (“Revista del Audiovisual Andaluz” o “Cienciadigital.net”, “Boletín e-leusis”); algunas participan en la construcción y actualización de portales de servicios especializados (“e-leusis.net: la ciudad de las mujeres en la Red”) o llevan a cabo labores de desarrollo y comercialización de contenidos *on line* sobre temas específicos (Ciencia Digital S.L. presta servicios informáticos, multimedia y desarrollo de contenidos sobre información científico-técnica y divulgación).

El acercamiento de estas mujeres a las nuevas tecnologías se ha realizado, por lo general, en su ámbito laboral. Su aprendizaje y conocimiento en profundidad de las TIC se debe a una labor autodidacta, impulsada en algunos casos por familiares y amigos, y reforzada con cursos de formación específicos que, en ocasiones, han sido el germen de proyectos empresariales de comunicación.

Este tipo de mujer dispone de ordenador y acceso a Internet en su casa, y en su lugar de trabajo.

Las TIC, y en concreto Internet, son para estas mujeres fuente de información y herramienta de trabajo fundamental, de la que afirman no podrían prescindir, ya que sus trabajos se fundamentan en las nuevas tecnologías o tratan temas relacionados con ellas.

Profesionalmente, el uso (diario) que hacen de la red es muy intenso. Internet es utilizada por estas mujeres como fuente documental y a la vez se constituye en el soporte de la información que ellas generan. La labor periodística que realizan no se limita a la investigación, sino que el volumen de información existente en Internet les ha obligado, en parte, a convertirse en gestoras de información.

Entre las páginas más visitadas por estas profesionales destacan las de información de actualidad, instituciones públicas y de investigación, instituciones culturales,

páginas Web que desarrollan temáticas de género, etc., así como buscadores de información.

La comunicación electrónica es muy utilizada por estas mujeres. Contactan con colaboradores, oyentes (en el caso de la radio) y lectores a través del correo electrónico. En algunos casos, se relacionan exclusivamente a través de la red con sus teletrabajadores. Utilizan también el correo electrónico para continuar el trabajo en casa, mientras la intranet es utilizada frecuentemente para trabajar en grupo.

Internet también se utiliza en la vida personal, aunque con menos frecuencia que en el ámbito laboral, destacándose las comunicaciones por correo electrónico para contactar con familiares y amigos.

La limitación tecnológica más destacada por estas mujeres ha sido la existencia de malas conexiones a Internet, lo que implica navegación lenta y ralentización de su trabajo.

Internet también tiene para ellas limitaciones en cuanto a servicios e información se refiere. Les gustaría encontrar más información contrastada que no provenga de los grandes grupos de comunicación, una mejor organización de la información existente en la red y que se avanzase en la teleformación.

Respecto a la diferenciación en el uso de las tecnologías entre hombres y mujeres, las opiniones de estas profesionales están muy divididas. Mientras que un sector no aprecia diferencias en las capacidades innatas para manejar las TIC entre sexos y opina que el uso desigual se explica por la diferencia cultural y de oportunidades de género (al disponer de más tiempo, el hombre participa en *chats* o juega en la red en mayor medida que las mujeres), otro sector afirma no diferenciar usos distintos de Internet entre hombres y mujeres.

Lo que estas mujeres tienen claro por su experiencia personal es que la red facilita ser más creativas, realizar más cosas y hacerlas mejor. Sin embargo, no se olvidan de los riesgos que entraña el teletrabajo: “Se habla demasiado de las supuestas ventajas del teletrabajo para las mujeres. El interés es evidente: que sigamos siendo las organizadoras domésticas y las suministradoras de los cuidados a personas dependientes. Teniendo en cuenta que se nos ha socializado para atender las necesidades de los demás, corremos el peligro de utilizar las ventajas de este entorno, como la flexibilidad de horarios y tiempos, para esclavizarnos”.²

2. Elizondo, Itziar. “E-mujeres, una telaraña hipertextual”. En e-leusis.net.

La experiencia de estas profesionales en la red les hace ser optimistas respecto a las oportunidades que esta herramienta puede ofrecer a las mujeres (oportunidades laborales, creación de espacios de comunicación y reflexión compartidos, etc.). Su trabajo se ha centrado en las tecnologías de la información para generar nuevas formas de comunicación. Las TIC han posibilitado la difusión de puntos de vista alternativos a los expresados en los medios de comunicación masivos. Éste ha sido su mayor logro hasta ahora. El reto presente y futuro es conseguir que las tecnologías sean utilizadas por todos, no sólo con eficiencia, sino con imaginación.

1.7. DIRECTIVAS: USUARIAS ESCÉPTICAS

Las mujeres con cargos directivos que han participado en la presente investigación son jóvenes (con edades comprendidas entre 25 y 34 años), desarrollan su labor profesional en sectores empresariales diversos (informático, servicios de telemarketing, etc.) y tienen estudios universitarios (tanto de especialidades técnicas como sociales).

En general, el trabajo ha sido para ellas el lugar de encuentro con las tecnologías de la información y la comunicación, y actualmente es en este ámbito donde más las utilizan: el uso del ordenador y el acceso a Internet es diario en el puesto de trabajo. En su actividad profesional las TIC son especialmente valoradas por estas mujeres como herramienta de gestión. En este sentido, afirman no poder prescindir del ordenador. Si esto ocurriese, la gestión de su empresa resultaría muy lenta. Respecto a Internet y el correo electrónico, prescindir de ellos provocaría una ralentización en la capacidad de adquirir conocimiento del entorno y un empeoramiento notable de las comunicaciones en la empresa.

En sus tareas directivas éstas mujeres utilizan fundamentalmente el correo electrónico (para convocar reuniones, enviar y recibir informes, y comunicarse con sus empleados en las distintas sedes de la empresa y otras compañías). Utilizan también la Web para buscar información concreta relacionada con sus responsabilidades.

Respecto a su ámbito privado, el uso es menos intensivo que en el laboral (algunas directivas incluso no disponen de equipamiento informático en su hogar), destacándose la banca *on line*.

Las ventajas de las TIC más apreciadas por las directivas son la rapidez en el acceso a la información y el ahorro de tiempo que conlleva, así como la mejora en las comunicaciones. Entre sus preocupaciones se encuentra la seguridad en Internet, y como limitación fundamental señalan las malas conexiones (éstas provocan no sólo que el trabajo se ralentice, sino que a veces se interrumpa). También les gustaría que la información estuviese mejor organizada en la red.

No aprecian diferencias en el uso de las nuevas tecnologías que realizan hombres y mujeres, aunque algunas opiniones se inclinan por adjudicar a los hombres mayor curiosidad en relación con la informática en general. Esto, afirman, sin embargo, no se traduce en una mejor utilización de las aplicaciones.

Tienen una visión escéptica de Internet y de las nuevas tecnologías. Las TIC son únicamente unas herramientas más que agilizan su trabajo y en ningún caso creen que puedan constituirse como factor clave para el éxito profesional. El teletrabajo no es visto por este tipo de mujer como una opción eficiente (ni personal, ni profesionalmente) ya que, opinan, es imposible prestar atención a dos trabajos de forma simultánea.

1.8. AMAS DE CASA: USUARIAS POTENCIALES

El acercamiento al colectivo de amas de casa en el presente estudio se ha abordado a través de la participación de éstas en los cursos de formación que imparten numerosas entidades públicas (para profundizar en el tema, véase el capítulo 8).

Si bien a las actividades formativas básicas suelen acudir todo tipo de mujeres y el alumnado es muy heterogéneo, las dedicadas al trabajo doméstico son un grupo mayoritario. En general, el aprendizaje inicial de TIC por parte de estas mujeres (alejadas del mercado laboral) se realiza en el hogar, a través de otros miembros de la familia, o bien mediante cursos formativos.

Entre las amas de casa que acuden a los cursos de alfabetización digital es muy frecuente encontrar mujeres con edades comprendidas entre los 25 y los 45 años, con estudios secundarios y que, en la mayor parte de los casos, abandonó el ámbito profesional por la dedicación al hogar y al cuidado de familiares.

Los cursos de iniciación a las tecnologías suelen ser de corta duración (en torno a 20 horas) y tienen un doble objetivo: capacitar al alumno para que utilice las tecnologías informáticas y de navegación básicas, y presentar Internet como una herramienta (nunca un fin en sí misma) de utilidad. En este sentido, las clases incorporan una panorámica de la oferta informativa y de servicios existente en la red.

Generalmente, las amas de casa se sorprenden al comprobar que el proceso de aprendizaje es menos difícil de lo que esperaban. Los primeros usos de las TIC que se realizan en el aula son aquéllos que parecen más novedosos o ventajosos (los que ofrecen un beneficio visible e inmediato) como el envío de correo electrónico a familiares que viven en otros países o ciudades. Aunque también se suele buscar información diversa (son muy frecuentes las búsquedas de recetas de cocina, temas

culturales o noticias en la prensa del corazón). Las más jóvenes se suelen inclinar por los *chats*, pero, en general, el tiempo de clase está guiado por un tutor y se suelen visitar páginas institucionales y de servicios.

El gran problema al que se enfrenta el colectivo de amas de casa es el del acceso a las tecnologías. Muchas de ellas no disponen de equipamiento informático en su casa y en otros casos, aun estando la tecnología presente en sus hogares, las mujeres ceden su tiempo de ordenador, Internet, etc., a otros miembros de la familia (hijos, marido, etc.).

En este sentido, sería conveniente fomentar la creación y puesta en marcha de puntos de acceso público a Internet, desde los que las mujeres y, en general, los ciudadanos pudieran continuar utilizando los servicios de la sociedad de la información.

Por otra parte, las Administraciones Públicas deberían utilizar el efecto demostración desarrollando servicios para los ciudadanos a través de las redes de información, lo que contribuiría a que la sociedad se familiarizase con el uso de las TIC.

Las amas de casa presentan, en general, un conocimiento básico de las tecnologías, que, sin embargo, es el primer paso para integrarse en la SI y erradicar la brecha digital.

2. CONCLUSIONES

De los distintos tipos de usuarias de TIC analizados, se identifican dos grupos. Por un lado, las mujeres que consideran que las TIC constituyen fundamentalmente una oportunidad para erradicar las desigualdades entre hombres y mujeres. A este tipo pertenecerían las autoempleadas y teletrabajadoras autónomas, las profesionales de la comunicación y las profesoras universitarias. Por otro lado, un grupo de mujeres más escépticas respecto a que la tecnología sea un elemento clave en la superación de las desigualdades sociales y laborales. A este grupo pertenecen las estudiantes, programadoras informáticas y directivas.

Se perciben también dos posiciones claramente diferenciadas respecto a la utilización de las TIC y su incorporación a la vida laboral y profesional. En general, las estudiantes hacen un uso reducido de las nuevas tecnologías y se identifican con un perfil de usuaria pasiva. Las amas de casa realizan también un uso limitado de las TIC, que en la mayoría de los casos se reduce a los cursos de formación recibidos. En el extremo contrario se sitúan aquellas mujeres que consideran las TIC

como herramientas de gran utilidad y que, como en el caso de las secretarías de dirección, consideran que las nuevas tecnologías les enriquecen, tanto en su desarrollo profesional como personal. A este último grupo pertenecen también las programadoras informáticas, que utilizan intensamente los servicios y la información que proporciona la SI, no sólo en su ámbito laboral, sino también en su vida privada. Por su parte, las teletrabajadoras valoran especialmente las nuevas posibilidades de comunicación que ofrece la tecnología, y usan profusamente el correo electrónico para trabajar y también en su vida privada. Para estas mujeres Internet ha mejorado cualitativamente su vida, permitiéndoles trabajar desde cualquier lugar. Las profesoras universitarias son grandes demandantes de teleformación y junto con las profesionales de la comunicación generan contenido en la red y trabajan en red.

En general, las mujeres son críticas respecto a la oferta formativa en TIC. Las estudiantes y programadoras informáticas, los grupos de mujeres más jóvenes, consideran insuficiente la formación reglada en este ámbito. Por su parte, las secretarías de dirección, las autoempleadas, las profesoras universitarias y las profesionales de la comunicación han tenido un acercamiento autodidacta e intuitivo a las nuevas tecnologías, bien por no existir formación específica en TIC en el momento de realizar sus estudios, bien por la necesidad de utilizar estas herramientas en su puesto de trabajo sin contar con conocimientos previos.

6

**La combinación de
responsabilidades
profesionales
y domésticas: ahorro
de tiempo y teletrabajo**

1. LA COMBINACIÓN DE RESPONSABILIDADES PROFESIONALES Y DOMÉSTICAS: AHORRO DE TIEMPO Y TELETRABAJO

La SI pone a nuestra disposición un conjunto de medios o herramientas (PC, Internet, correo electrónico, teléfono móvil) que, como hemos visto, además de su utilización en las actividades profesionales, cuentan con amplios usos en el ámbito del hogar. De hecho, como ya se ha expuesto en capítulos anteriores, según el EGM de marzo de 2002, los ciudadanos españoles que acceden a Internet y al correo electrónico lo hacen en mayor medida desde el hogar que desde el puesto de trabajo, tanto en el caso de los hombres (61% desde casa, frente a 33 % desde el trabajo) como de las mujeres (54 y 26%, respectivamente).

La posibilidad de disponer de más tiempo o, cuando éste es escaso, utilizarlo de forma más eficiente gracias a los nuevos medios, así como la posibilidad de recibir información y formación a través de la red puede ayudar a conseguir un empleo, a desempeñar mejor el empleo actual y a resolver problemas laborales, profesionales e, incluso, personales. Todo ello puede contribuir a aumentar la actividad económica y profesional de las mujeres, al aumento las tasas de actividad y de ocupación femeninas.

Sin embargo, subsiste la duda de si, a efectos prácticos, los medios de la SI (PC, Internet, correo electrónico), aunque faciliten muchas tareas laborales y del hogar, y constituyan una importante ayuda, contribuyen a hacer más fácil la combinación de las responsabilidades profesionales y domésticas.

El uso del teléfono móvil contribuye a facilitar la combinación al hacer más fluidas las relaciones entre espacios distintos, como son, en general, el espacio laboral y el doméstico. Los miembros de cada familia, superando las barreras físicas, pueden comunicar entre sí en cualquier momento y desde cualquier lugar.

El uso del correo electrónico e Internet para la vida privada ofrece posibilidades en diversos ámbitos. Desde realizar compras y acceder a información sobre educación, ocio, cultura, a la comunicación con la familia o la ayuda en las tareas escolares a los hijos.

El teletrabajo y la teleformación aparecen como herramientas que pueden contribuir en gran medida a la combinación entre la actividad profesional y las responsabilidades domésticas. Sin embargo, por el momento se utilizan en escasa medida y se mantienen en el ámbito de las posibilidades más que en el de las realidades.

El teletrabajo desde el hogar puede constituir una alternativa para las mujeres con responsabilidades presenciales (cuidado de niños, mayores o enfermos), pero también para muchas mujeres (y hombres) que desean alcanzar una situación más equilibrada entre su vida laboral y su vida privada. Sin embargo, su incidencia es escasa y, como han expresado las mujeres participantes en nuestro estudio, más allá de los problemas que resuelve, puede generar otros nuevos de aislamiento y sobrecarga de tareas.

La teleformación también puede contribuir a esta conciliación entre vida laboral y doméstica, en la medida en que hace posible a las mujeres con responsabilidades domésticas presenciales continuar con los procesos de estudio y formación que requiere un mercado laboral cada vez más exigente, pero la oferta de este tipo de formación es todavía minoritaria.

Los teleservicios también constituyen una alternativa a la prestación propia de tareas domésticas y de cuidados por parte de las mujeres que disfrutan de poco tiempo debido a la doble o triple jornada. Sin embargo, es necesario diferenciar entre su carácter público y gratuito o de mercado. Los que son públicos y gratuitos son accesibles a todas las mujeres. Los privados pueden tener un precio elevado, y, por tanto, no ser accesibles para muchas mujeres. Pero el problema fundamental es que todavía hay muy pocos teleservicios accesibles por Internet y los que están disponibles no parecen ofrecer la calidad y la confianza suficientes, a juzgar por las opiniones expresadas por las mujeres en nuestro estudio.

Las mujeres que experimentan situaciones de aislamiento, no sólo las que viven en lugares remotos, sino las que permanecen en el hogar dedicadas al cuidado de niños, enfermos o mayores, encuentran en Internet y el correo electrónico una ventana interactiva al mundo, a través de la que recibir información, comunicarse y compartir experiencias. En este sentido, es destacable la posibilidad de conexión con organizaciones no gubernamentales (ONG) y asociaciones tanto de apoyo a las mujeres como dedicadas a otros temas políticos, económicos y sociales.

En general, se valora que los medios de la SI facilitan las tareas y constituyen una importante ayuda para la conciliación entre trabajo y familia, pero no hay una pauta común. Probablemente, de la misma manera que existen diferentes perfiles de mujeres en la combinación trabajo-familia, los hay también en cuanto al uso de Internet en la vida cotidiana.

Se demanda mayor vinculación de la sociedad de la información con las demandas de proximidad, con los servicios que contribuyen a la conciliación entre la vida familiar y la profesional y el desarrollo de servicios que aumentan la calidad de vida (por ejemplo, preparación al parto; bases de datos de cuidadores de niños,

mayores o enfermos a nivel local y de calidad; bancos de tiempo en la red). Esto pone de manifiesto que la dimensión local de Internet es esencial. Si en la actualidad Internet es masculino, global y de gran empresa, las mujeres necesitan hacerlo femenino, local y de pequeña empresa.

1.1. AHORRO DE TIEMPO Y POSIBILIDADES DE COMBINACIÓN DEL TRABAJO PROFESIONAL Y DOMÉSTICO

La medida en la que las herramientas de la SI pueden contribuir a que las mujeres combinen profesión y hogar dependerá de la intensidad de su utilización para usos domésticos y no sólo profesionales. De entrada, sabemos que las mujeres perciben las ventajas que les puede reportar su uso desde el punto de vista doméstico (aunque siempre un poco menos que los hombres). Con datos del Barómetro del CIS de Septiembre de 2001:

- el 54% de las mujeres (80-70% de las de 18 a 34 años) consideran bastante o muy necesario el uso del teléfono móvil en su vida cotidiana;
- el 47% considera, asimismo, bastante o muy necesario el ordenador personal, y especialmente las que poseen estudios superiores (80%);
- el 35% la conexión a Internet y el correo electrónico (el doble, 70%, en el caso de las de estudios superiores).

La importancia de la utilidad doméstica, personal y relacionada con los servicios de proximidad se percibe a la hora de valorar qué servicios estarían más interesadas en utilizar desde su casa a través de estos medios:

- los más valorados son la consulta al médico (58%) y a los servicios administrativos municipales (54%), que pueden convertirse en servicios de proximidad;
- menos importancia, aunque también notable, tienen los dedicados a buscar empleo (49%), preparar viajes (47%), seguir cursos de formación *on line* (44,5%), leer la prensa (45,3) o consultar las cuentas bancarias (41%);
- la realización de compras sólo interesa al 25%, como ya sabemos por desconfianza en la realización de pagos a través de la red.

Nuestra encuesta se ha aproximado a esta problemática desde el punto de vista de las mujeres innovadoras en el ámbito de Andalucía, y el resultado obtenido es una percepción también positiva de las posibilidades de utilización de Internet y el correo electrónico para compaginar mejor las responsabilidades domésticas y profesionales. Hemos tratado de hacer un balance entre usos domésticos y profesionales que tienen efectos sobre el tiempo que se dedica a cada actividad, acrecentándolo o reduciéndolo. Aunque estos aspectos se han tratado anteriormente, resumimos aquí los principales resultados relativos al uso del tiempo en relación con los medios TIC.

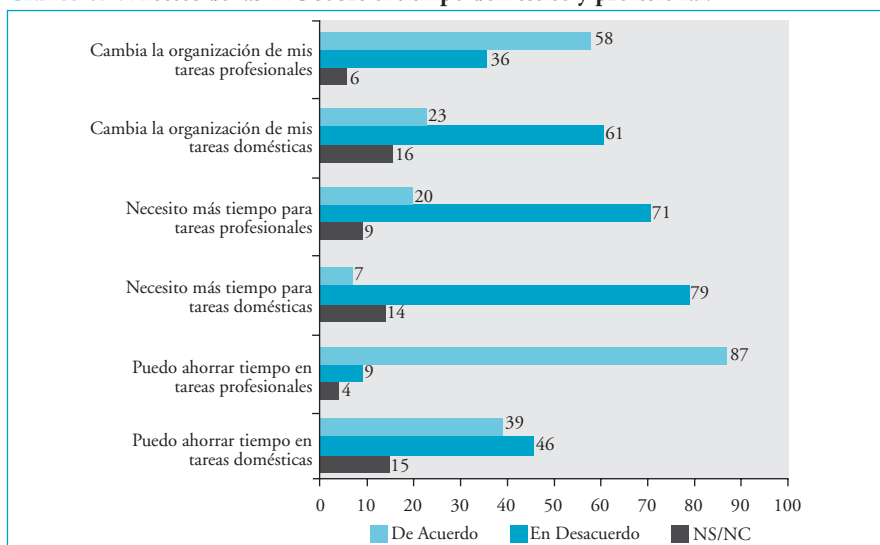
1. El primer resultado que se aprecia con claridad es que, por el momento, el impacto de las TIC sobre las tareas profesionales es, sin duda, muy superior a su efecto sobre las domésticas (**gráfico 6.1.**):

- El 58% de las encuestadas ha experimentado cambios en la organización de su tiempo dedicado a lo profesional como consecuencia de la utilización de las TIC.
- Por el contrario, sólo el 23% ha experimentado cambios en relación con la organización del trabajo doméstico.

Este resultado se confirma, asimismo, en los relativos a las percepciones globales acerca de los efectos de las TIC sobre el uso del tiempo (¿ahorran tiempo o exigen mayor dedicación?) que resultan muy desiguales en la comparación entre las tareas profesionales y las domésticas:

- En relación con el ahorro de tiempo, el 87% de las encuestadas está de acuerdo en que les permite ahorrar tiempo en el desarrollo de las tareas profesionales, mientras que sólo el 39% lo percibe en el caso de las domésticas. La excepción la constituyen las profesoras, grupo en que la mitad de las encuestadas también percibe ahorro de tiempo en las tareas de hogar.
- En relación con la posibilidad de que el uso de las TIC les obligue a dedicar más tiempo al desarrollo de las tareas profesionales o domésticas, el 71% de las mujeres encuestadas no está de acuerdo en el caso de las tareas profesionales y el 79% no lo está en el caso de las domésticas.

Gráfico 6.1. Efectos de las TIC sobre el tiempo doméstico y profesional.

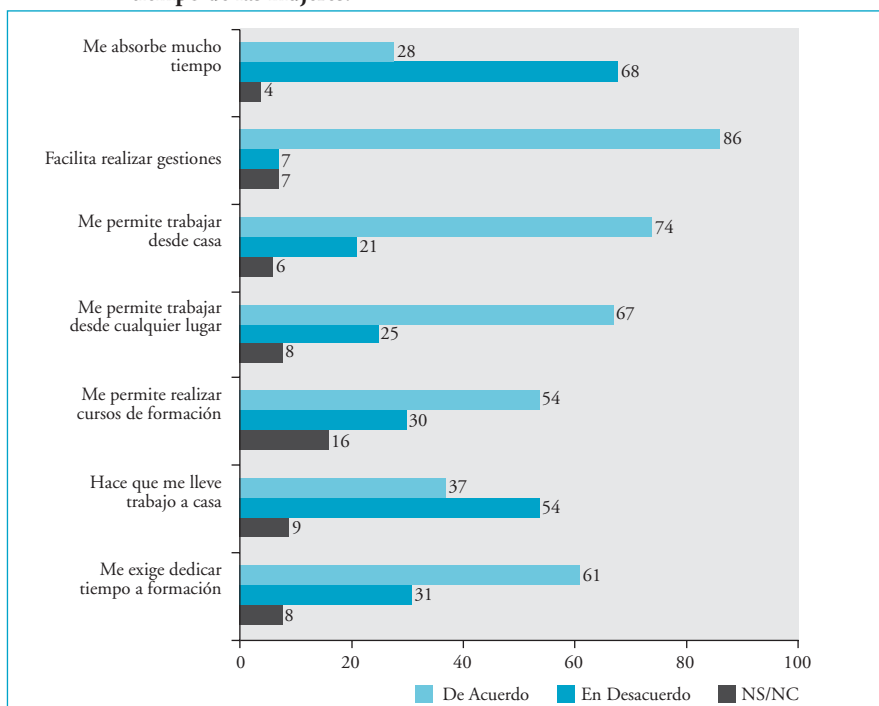


Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

Tampoco consideran que el uso del correo electrónico les absorba mucho tiempo, ya que siete de cada diez encuestadas no está de acuerdo con esta afirmación, que sólo comparte una de cada tres.

2. Existe una percepción general de que dispondrían de más libertad para decidir los usos de su tiempo en cada momento gracias a uso de las TIC (gráfico 6.2.):
 - Sólo el 29% de las encuestadas considera que les absorbe demasiado tiempo, frente al 68% que está en desacuerdo con esta afirmación.
 - El 86% está de acuerdo en que el uso de estos medios permite realizar gestiones desde casa (compra de entradas, billetes, etc.); asimismo, el 74% considera que Internet y el correo electrónico les permite trabajar desde casa; y el 68%, que les permite trabajar desde cualquier lugar.
 - El 54% de las encuestadas afirma que les facilita realizar cursos de formación. Esto es especialmente importante para las empresarias y las profesoras: dos de cada tres expresan esta idea.

Gráfico 6.2. Efectos de la utilización de Internet y el correo electrónico sobre el uso del tiempo de las mujeres.



Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

Todos estos datos y afirmaciones positivas se contraponen con una cierta percepción de empeoramiento de la disponibilidad de tiempo:

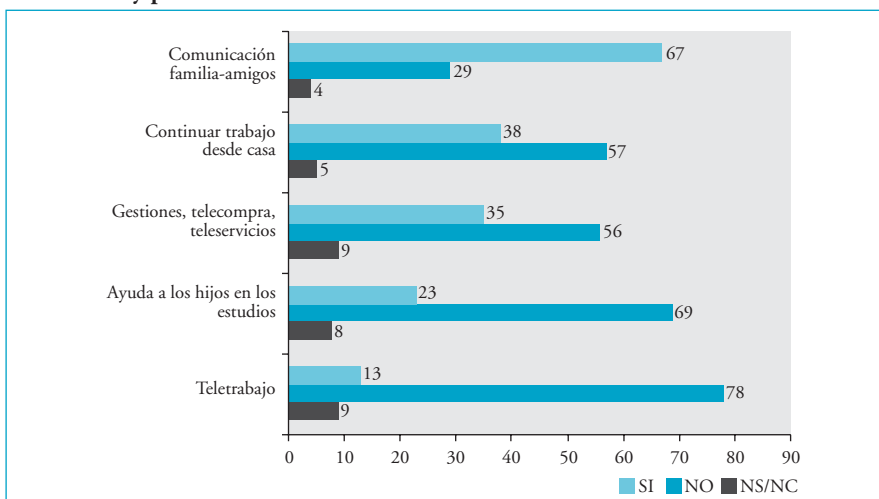
- Dos de cada tres encuestadas valoran que les obliga a dedicar tiempo a formación en nuevas tecnologías (más en el caso de las profesoras y menos en el de las profesionales).

Asimismo, una de cada tres percibe que incrementa su implicación en la profesión, porque también les hace llevarse trabajo a casa. Esto es especialmente percibido por parte de la categoría de profesoras, en uno de cada dos casos.

3. Algunos usos de Internet pueden tener más repercusión que otros sobre la combinación entre la vida doméstica y la profesional, en opinión de las mujeres. En los términos utilizados en nuestra encuesta, los más señalados son (gráfico 6.3.):

- La comunicación con la familia y los amigos, apreciado por el 67% de las encuestadas.
- Continuar el trabajo desde casa, señalado por el 38%.
- La realización de gestiones (telecompra, teleservicios) ha sido seleccionado como uno de los servicios más utilizados por el 35% de las encuestadas, especialmente las empresarias.
- La ayuda a los hijos en los estudios es apreciada por el 23% de las encuestadas.
- El teletrabajo que, como se apreciaba más arriba, se considera un uso potencial pero poco extendido en la actualidad, en realidad sólo lo señala el 13% de las encuestadas.

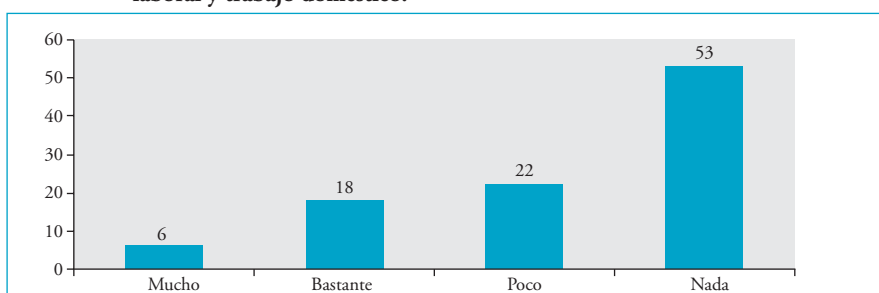
Gráfico 6.3. Usos de Internet más relacionados con la combinación de tareas domésticas y profesionales.



Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

4. Estas apreciaciones todavía no muy claras y a veces contrapuestas acerca de las ventajas que ofrecen las TIC desde el punto de vista del ahorro de tiempo en lo profesional y/o en lo doméstico, se manifiestan de nuevo con claridad cuando se observa que más de la mitad (53%) de las encuestadas considera que el acceso a Internet y al correo electrónico, del que son usuarias habituales e intensas, “no les ha ayudado personalmente a ellas nada a compaginar la vida laboral y el trabajo doméstico”. Si a este elevado porcentaje se suma el de las que consideran que les ayuda poco (22%), se alcanza la conclusión de que tres de cada cuatro mujeres encuestadas (75%) no aprecia de forma directa esos efectos esperados. En sentido contrario, casi una de cada cuatro considera que le ha ayudado mucho (6%) o bastante (18%). En el caso de las profesoras, esta consideración asciende al 30%.

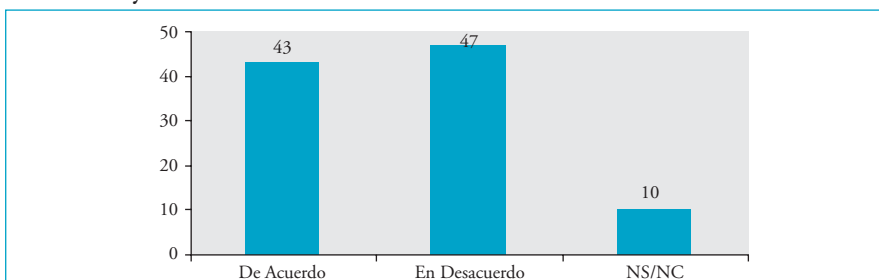
Gráfico 6.4. El uso de Internet y el correo electrónico le ha ayudado a compaginar vida laboral y trabajo doméstico.



Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

En cambio, cuando se les pregunta si “gracias a Internet les resulta más fácil que antes compaginar/compatibilizar su vida laboral y familiar”, las opiniones se dividen: el 47% se muestra en desacuerdo, pero el 43% está de acuerdo y en el caso de las profesoras, esta afirmación es compartida por el 50%. Es decir, se aprecia una mejora importante, aunque no un cambio sustancial.

Gráfico 6.5. Gracias a Internet me resulta más fácil que antes compaginar mi vida laboral y doméstica.

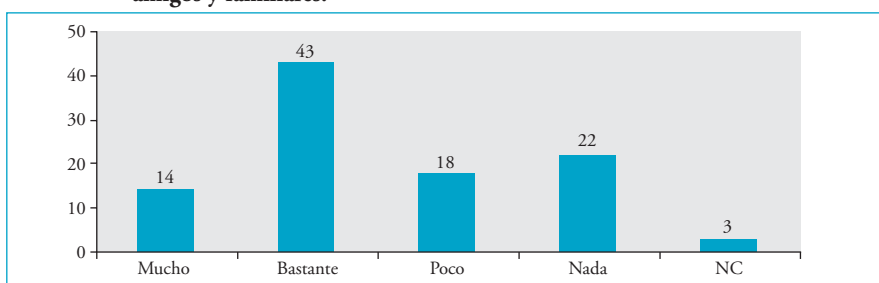


Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

Esta confusión se manifiesta asimismo, por ejemplo, en que, aunque el 63% no esté de acuerdo con que necesiten las TIC en su vida personal:

- Casi el 60% considera que les ayuda mucho (14%) o bastante (43,5%) a mantener el contacto con amigos y familiares.
- El 64% manifiesta que “con las TIC se resuelven más fácilmente algunos problemas de la vida cotidiana” (en el caso de las profesoras, asciende al 75%).
- El 60% considera que “las TIC hacen que las personas se comuniquen cada vez más entre sí” (entre las profesoras son el 70%).
- El 66% muestra su acuerdo con que “muchas mujeres que no podían trabajar, ahora pueden hacerlo gracias a Internet”.

Gráfico 6.6. Internet y el correo electrónico le ha ayudado a mantener contacto con amigos y familiares.

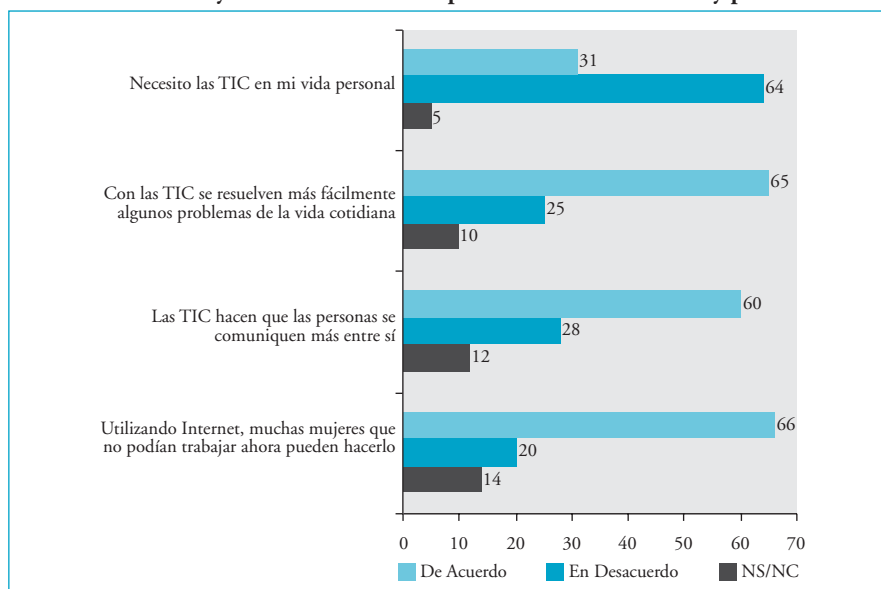


Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

Como conclusión general de los resultados de la encuesta acerca de las mejoras en el uso del tiempo motivadas por la utilización de las TIC (PC, Internet, correo electrónico) desde el punto de vista de una mejor combinación de trabajo doméstico y profesional, podemos afirmar que hay acuerdo en torno a la consideración de que ahorran (permiten ahorrar) mucho tiempo, y facilitan la vida doméstica y profesional. No se percibe, sin embargo, (aunque, de hecho, se confirma que con frecuencia ocurre así) que ayuden a compatibilizar trabajo doméstico y trabajo profesional en la medida en que se desearía, aunque esto no depende de las propias tecnologías, sino de la organización social.

Esta misma es la conclusión expresada de forma clara por las secretarías de dirección en nuestro grupo de discusión, que consideraban que “en el trabajo sí ayudan; en el hogar no mucho. Para ello debería cambiar la sociedad en la que vivimos. Hombres y mujeres deberían tener las mismas responsabilidades en el hogar y con respecto a la familia (hijos), pero no es así”. Por ahora, no aprecian que el uso de las TIC contribuya a cambiar sustancialmente esta realidad. “Llegará un momento en que sí se puedan compaginar las tareas profesionales y las familiares, pero por ahora resulta todavía muy difícil. De todas maneras, ya está facilitando de algún modo poder

Gráfico 6.7. Las TIC y la combinación de responsabilidades domésticas y profesionales.



Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

compaginar los dos entornos no sólo para las mujeres, sino también para los hombres” (por ejemplo, el marido de una de las participantes trabaja en Madrid, pero normalmente un día a la semana teletrabaja desde Córdoba).

Las mujeres más jóvenes de nuestro estudio, las estudiantes universitarias, en general opinan que puesto que las mujeres utilizan el ordenador en el ámbito familiar en menor medida que el hombre, debido a su sobrecarga de tareas (hijos, tareas relacionadas con el hogar) es difícil que les ayude a compaginar las tareas profesionales y las familiares. No obstante, como en general son las encargadas de realizar distintas gestiones de administración de la casa y la economía familiar (bancos, etc.), Internet puede suponer un ahorro de tiempo importante.

Cuando se planteó esta cuestión a las informadoras clave entrevistadas en profundidad, contestaron de forma clara y mayoritaria que uno de los efectos más importantes era el ahorro de tiempo, especialmente en la actividad profesional, pero también en la doméstica, gracias a las mayores posibilidades de información y comunicación y al uso de teleservicios (entre los cuales los más utilizados son las consultas bancarias, las gestiones de viajes, la lectura de prensa y la información sobre sus aficiones). Por ejemplo, se valora:

- La posibilidad de realizar labores profesionales en el ámbito del hogar (“llevarse trabajo a casa”), lo que ahorra tiempo de oficina y permite estar más en casa.

- La flexibilidad de horario y de localización, que facilita la autogestión del tiempo profesional y permite compaginar a la vez trabajo-empresa y hogar, de manera que sea posible atender mejor a la familia.
- Buscar información y hacer gestiones de forma más rápida. Se pueden evitar desplazamientos enviando información por correo electrónico, o trabajar desde casa.

También se aprecian otros casos en los que contribuye a combinar mejor lo profesional y lo doméstico. Una empresaria comentaba que *“nos facilita mucho la vida. Para las mujeres empresarias de pequeña empresa hay poca diferencia entre la vida pública, profesional, laboral, y la doméstica. Las mujeres tenemos tantas cosas que hacer, que lo usamos (Internet) para cosas muy concretas.”* En su caso, por ejemplo, ayudaba a sus hijos de 12 y 15 años a preparar los deberes escolares a través de Messenger; otras veces dirigía la empresa desde su hogar por el mismo canal. Una de sus colaboradoras realiza semanalmente video-conferencias con su hijo, que trabaja en Estados Unidos, con ayuda de una cámara digital.

La utilización del correo electrónico para comunicarse con los hijos, incluso *“chatear”* con ellos, parece que es una actividad cada vez más importante, especialmente a partir de edades en las que ellos sepan manejar estas herramientas. Sin embargo, cuando hay niños menores de 6 años en el hogar, no se aprecia esa contribución. Parece que son una buena herramienta para contactar y ayudar cuando los hijos son más mayores, pero mientras son pequeños, el tiempo dedicado a su cuidado se convierte en una barrera para el uso de Internet por parte de las mujeres.

2. TELETRABAJO Y COMBINACIÓN DE RESPONSABILIDADES PROFESIONALES Y DOMÉSTICAS

El teletrabajo se presenta con frecuencia como una de las posibilidades que la SI ofrece a las mujeres para un mejor combinación de responsabilidades profesionales y domésticas. La posibilidad de horarios laborales más flexibles y la ausencia, o al menos reducción importante, de desplazamientos contribuyen a que aparezca teóricamente como una opción muy favorable para las mujeres que no quieren que la maternidad y la crianza de los hijos afecte de forma irreparable a su trayectoria profesional. A veces, incluso, se plantea el teletrabajo femenino como la solución ideal para que las familias no estén desatendidas cuando las mujeres deciden trabajar fuera del hogar, olvidando que las responsabilidades domésticas y de cuidados no son una tarea exclusiva de las mujeres, sino que han de compartirse entre todos los miembros adultos de la familia, hombres y mujeres.

Sin embargo, en España (según datos del Barómetro del CIS, Septiembre 2001) sólo el 2% de la población teletrabaja, y las ventajas del teletrabajo a veces no parece que compensen sus inconvenientes. Por ejemplo, las principales ventajas de esta forma de trabajo tal como las percibe la población española son para un tercio (34%) la flexibilidad de horario, y para casi el otro (29%), el hecho de que no hay que desplazarse. El inconveniente principal es la falta de contacto personal y la soledad del trabajador, señalados por el 40%.

Las mujeres entre 18 y 45 años, potencialmente las más favorecidas por esta modalidad de trabajo, ya que están en la etapa vital de la maternidad, valoran más que el conjunto de la población las ventajas de horario (más del 49%), pero no la ausencia de desplazamientos. Por el contrario, consideran como inconveniente la soledad y la falta de contacto personal, muy por encima de la media (49%). Estas valoraciones se acentúan (hasta casi el 60%) en el caso de las mujeres con estudios universitarios.

Es importante no confundir el teletrabajo con el puesto de trabajo de teleoperadora en los denominados *call centres* (ver recuadro 6.1.), plataformas de telemarketing y de atención de llamadas para todo tipo de instituciones privadas o públicas (redes de ventas y de atención al cliente de empresas de todo tipo: bancos, servicios de urgencia para Administraciones Públicas, etc.).

El teletrabajo es aquél que se realiza con ayuda de las TIC, en un lugar distinto de las oficinas de la empresa (Telefónica, 2000). Es decir, se trata de tareas de trabajo que se llevan a cabo no tanto desde el hogar como desde cualquier localización (hogares de los trabajadores, hoteles, oficinas, empresas, hogares de los clientes, aeropuertos, trenes, etc.) distinta de la de la empresa. Para que sea considerado teletrabajo ha de utilizar necesariamente telecomunicaciones (teléfono, Internet, en general medios telemáticos con formato electrónico). El teletrabajador puede serlo por cuenta ajena (asalariado) o por cuenta propia (empresario o profesional independiente). La mayoría de los teletrabajadores crean empresas mixtas debido a la reticencia de las empresas a contratarlos como asalariados. Las actividades de teletrabajo en las que más mujeres encontramos son traducción, asesoramiento, publicidad, comunicación, mensajería, teleadministración (ver recuadro 6.2.).

Recuadro 6.1. Teleoperadoras: el caso del servicio de alerta 112.

MK Plan21 es una empresa de gestión de plataformas de telemarketing y de atención de llamadas de urgencia y emergencia, cuya oficina central se encuentra situada en Sevilla, aunque también tienen una oficina de estructura en Madrid y cuentan con plataformas en las Comunidades Autónomas de Galicia, Cantabria, La Rioja, Aragón, Valencia, Andalucía y Melilla.

Los servicios que ofrecen son la selección de personal, su contratación y formación, el control del trabajo y toda la gestión del servicio. Actualmente, trabajan exclusivamente para la Administración Pública a través de contratos adjudicados mediante concurso público. En Andalucía, ofrecen servicios sólo desde abril de 2002 y sus principales clientes son la Consejería de Gobernación (encargada en esta Comunidad del servicio 112) y el servicio 061 de la Empresa Pública de Emergencias Sanitarias (EPES). Desde muy recientemente, gestionan también la plataforma del CECOP del Ayuntamiento de Sevilla para la atención de llamadas de información al ciudadano.

En Andalucía, tienen una plantilla de casi 70 personas, repartidas entre Málaga (40 trabajadores), Huelva (16) y el resto, en Sevilla. En sus oficinas de Sevilla se encuentran 9 de los 10 trabajadores fijos que hay en la empresa a nivel nacional. El otro trabajador con contrato indefinido se encuentra en Galicia como gerente de un servicio. De los diez contratos indefinidos correspondientes al personal de estructura, 5 corresponden a hombres que ocupan los altos cargos directivos: dos directores generales, un director de proyectos, un director de sistemas y un gerente de zona. Los otros cinco son mujeres que ocupan también cargos gerenciales en oficinas, excepto la gerente de Galicia.

El resto de la plantilla está integrada por personal de operaciones, esto es, todo aquel personal que realiza su trabajo en las campañas y/o servicios que la empresa presta para un tercero. Son 190 empleados de operaciones en toda España, de los cuales el 90% son mujeres con contratos de obra y servicio adscritos a la plataforma del servicio correspondiente. Normalmente, son contratos de un año de duración debido a la extinción del contrato del servicio.

Según la empresa, la presencia mayoritaria de mujeres no se debe a que se prefiera contratar a personal femenino ni a que se considere que se adapten mejor al perfil requerido, sino a que a las ofertas de empleo de teleoperadores se presentan más mujeres que hombres, ya sea por factores culturales que asocian a las mujeres con trabajos de teleoperadoras o por los bajos niveles salariales. El salario base anual de un teleoperador es de 9.736,6 euros (1.619.800 ptas.) según el Convenio vigente desde 14 de febrero de 2002, más bien escaso para poder constituir la primera fuente de ingresos de una familia. Al considerarse normalmente el salario de la mujer como un ingreso familiar complementario, éstas suelen demandar tales puestos más que los hombres.

Según un representante de la empresa, la distribución por sexo de las personas que se presentan a sus ofertas de empleo para realizar los procesos de selección es similar a la distribución del personal contratado, 90% mujeres y un 10% hombres, por lo cual estiman que no encuentran una mayor adecuación al perfil por parte de un sexo en particular.

Las características del perfil que se demanda para los puestos de teleoperador son: personas con experiencia en este tipo de trabajo, con estudios de secundaria, conocimientos de mecanografía y un perfil psicológico adecuado para atender llamadas de urgencia y emergencia. Para algunos servicios necesitan también teleoperadores con conocimientos de idiomas. El proceso de selección comprende la realización de tests, incluyendo psicotécnicos, una entrevista y un período de prácticas.

Pese a estos requerimientos, un 30% de los trabajadores son recién licenciados que no encuentran otro tipo de empleo y esperan después de ser ascendidos a cargos de supervisores o gerentes, o formar parte del personal de estructura.

Recuadro 6.2. Teletrabajo: el caso del Centro de Teletrabajo del Parque Tecnológico de Andalucía.

El Centro de Teletrabajo (CET) se creó en 1998 con financiación de la Consejería de Trabajo e Industria, del Fondo Social Europeo y del propio Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), con la finalidad de impulsar y promover nuevas fórmulas de desarrollo de empleo y actividad empresarial basadas en las TIC. Este Centro, gestionado por el PTA y localizado en su sede social en Campanillas (Málaga), tiene tres pilares básicos: la formación en teletrabajo, la información (asesoramiento e información sobre actividades, convocatorias, foros, encuentros, etc.) y la colaboración con otros telecentros.

El CET, que forma parte de la red nacional de la Asociación Española de Teletrabajo (AET), tiene como principal objetivo ofrecer a sus usuarios una serie de servicios, entre los que se encuentran:

- a) Formación: Se imparten cursos de formación a teletrabajadores y gestores de colectivos de teletrabajo a través del Centro de Teleformación. Durante los primeros tres años el CET impartió más de 100 cursos de formación en nuevas tecnologías y ocho en teletrabajo a desempleados y trabajadores. Los cursos se imparten *on line* e incluyen tutorías *on line* o por teléfono, aunque la primera sesión y el examen final son presenciales. La participación media de las mujeres en los cursos de formación es del 65%, aunque su presencia varía dependiendo de la temática y de si los cursos incluyen prácticas en empresas. Parece que las mujeres están más interesadas en aquellos cursos que incluyen un módulo de prácticas por la posibilidad que ofrecen de ser contratadas después por estas empresas.
- b) Telecentro: Durante los tres primeros años de funcionamiento el CET disponía de dos salas con 30 PC y un servidor donde los teletrabajadores acudían para realizar su trabajo y utilizar el programa de gestión de proyectos del Centro. Desde el 2001, por reducción del presupuesto, el CET sólo facilita a los teletrabajadores una plataforma virtual, aunque siga realizando el primer contacto con las empresas que demandan el servicio. Después son los propios teletrabajadores o los gestores de teletrabajo, si los teletrabajadores están dentro de un colectivo, los que negocian los contratos con las empresas.
- c) Actividades: El CET promueve actividades como foros, seminarios, jornadas y reuniones de expertos y colabora en estudios para seguir avanzando en la investigación e implantación del teletrabajo.

De 20 teletrabajadores en el primer año de funcionamiento se pasó a 85 en el año 2001. Hoy en día hay tres personas que trabajan a tiempo completo en el Centro de Teleformación y dos que trabajan a tiempo parcial en el CET. Para el mantenimiento de la página Web se ha contratado a una empresa externa.

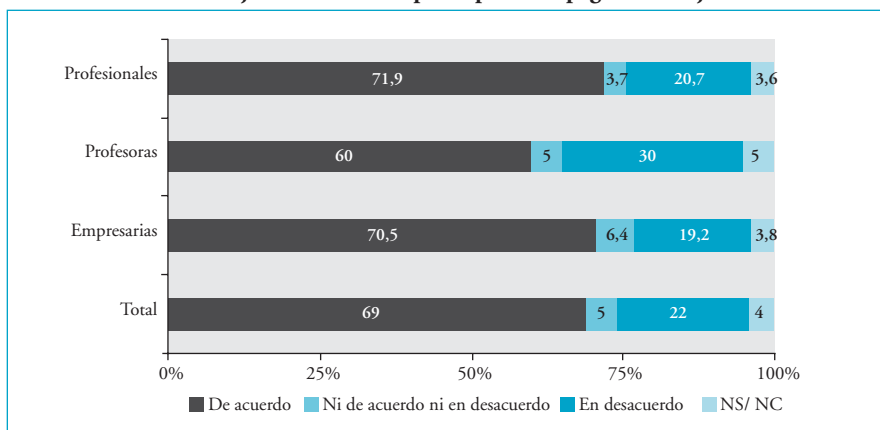
Teletrabajadoras: Las mujeres suponen el 40% de los teletrabajadores del CET. Suelen tener formación de nivel medio (muy pocos, hombres o mujeres, poseen título universitario). Las actividades con más presencia femenina son traducción, asesoramiento, publicidad, comunicación, mensajería, teleadministración. Las empresas suelen ser reticentes a demandar los servicios de teletrabajadores debido a los aspectos legales, ya que si éstos no son autónomos o han constituido una empresa, deben contratarlos. Lo cual ha provocado que muchos teletrabajadores constituyan empresas, normalmente mixtas, puesto que les es más rentable que ser autónomos.

Aproximadamente la mitad de los teletrabajadores que han participado en el Centro, a lo largo de sus años de actividad, han dejado de teletrabajar para incorporarse como trabajadores presenciales, debido a las dificultades para mantener el volumen de teletrabajo necesario para que esta modalidad de empleo sea una buena opción.

Un ejemplo de éxito de las iniciativas surgidas a partir de este Centro es el caso del Boletín *on line* CienciaDigit@l creado por Elena Sanz.

En nuestra encuesta hemos preguntado directamente a las mujeres innovadoras, que usan Internet y el correo electrónico acerca del teletrabajo. Más de dos tercios (69%) muestra su acuerdo con la consideración de que el teletrabajo es una buena opción para compaginar trabajo y familia, mientras que poco más de una quinta parte (22%) está en desacuerdo. El porcentaje de acuerdo es algo mayor en el caso de las empresarias y las profesionales (70%), y menor en el de las profesoras (que en el 60% están de acuerdo y en el 30%, en desacuerdo).

Gráfico 6.8. El teletrabajo es una buena opción para compaginar trabajo-familia.



Fuente: Encuesta Mujeres y Sociedad de la Información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

Se pidió a las encuestadas que razonaran su respuesta. Entre las que se muestran de acuerdo con la afirmación de que el teletrabajo es una opción para compaginar trabajo y familia, las razones alegadas con más frecuencia han sido, por este orden:

1. Razones relacionadas con la posibilidad de flexibilizar horarios y adecuarlos a la vida familiar. Organizarse mejor el tiempo y distribuirlo según las necesidades.
2. Razones relacionadas con la posibilidad de realizar el trabajo en la propia casa, cerca de la familia, lo que lo haría más llevadero. Pasar más tiempo en casa y atender mejor a la familia. No renunciar a la familia ni al trabajo. Compaginar mejor familia y empleo.
3. Evitar desplazamientos y, de esta manera, disponer de más tiempo libre.
4. Dedicar más tiempo a los hijos y atenderlos mejor.

Sin embargo, en general, tanto si se aceptaba el teletrabajo como si no, se establecían reservas o condiciones como las siguientes:

- En el teletrabajo es esencial diferenciar entre familia y trabajo, separar la parcela laboral de la familiar. Tener un espacio y un tiempo exclusivo para el trabajo.

- El teletrabajo ha de ser equitativo entre hombres y mujeres; no ha de ser algo exclusivo de las mujeres.
- Riesgo de aislamiento, de no relacionarse con otras personas. Es necesario relacionarse con los compañeros de trabajo.
- Para las mujeres puede ser una trampa, condenándolas a desempeñar todas las responsabilidades domésticas, además de las profesionales, por el hecho de estar en casa.
- Se corre el riesgo de trabajar más y empeorar las condiciones laborales. Puede significar una sobrecarga para la mujer y restar tiempo y calidad de vida familiar.

Sin embargo, esta preocupación por el aumento de la presión laboral debido al teletrabajo se ha de matizar. En otra pregunta de nuestra encuesta se demandaba a las mujeres innovadoras que se manifestasen en relación con la afirmación de que “Internet hace que aumente la competitividad en el puesto de trabajo, debido, por ejemplo, al teletrabajo, que conduce a un aumento de la presión”. Las respuestas se repartían entre un 40% de acuerdo (menos entre las profesoras y más entre las empresarias) frente al 31% que estaban en desacuerdo y el 25% que no sabían qué responder (especialmente, el 32% de las profesoras).

A diferencia de los resultados obtenidos en nuestra encuesta, que muestran actitudes favorables al teletrabajo, aunque con importantes cautelas, los obtenidos en los grupos de discusión y en las entrevistas en profundidad nos muestran una actitud muy crítica con respecto a esta modalidad de trabajo como opción de empleo femenino para combinar responsabilidades domésticas y profesionales.

De los tres grupos de discusión realizados, las mujeres más jóvenes (las estudiantes universitarias, de 18 a 24 años) opinan que, si bien realizar un trabajo desde casa permite organizarse mejor y compatibilizar esto con otras actividades, existe un gran riesgo para la mujer: *“el teletrabajo puede ser una opción para mantener a la mujer en casa criando a los hijos y a la vez aportando un sueldo”*. En consecuencia, el teletrabajo puede constituir una trampa para que la mujer asuma nuevas tareas laborales sin abandonar las que tradicionalmente le han sido encomendadas (cuidado de las casa y de los hijos). Por otra parte, también valoran el contacto con otros compañeros de trabajo en la empresa presencial tradicional.

La mayoría de las participantes en el grupo de informáticas, también jóvenes (25-34 años) pero ya con experiencia laboral en el sector TIC, opina que el teletrabajo no es una buena opción para compaginar trabajo-familia, debido al aislamiento que provoca. Piensan que el teletrabajo no permite compatibilizar las responsabilidades familiares y las laborales, ya que esta fórmula laboral está imponiendo horarios de trabajo muy extensos y sueldos muy bajos. Y son precisamente éstas las ventajas del teletrabajo más valoradas por los empresarios. Sólo una de

ellas desearía teletrabajar, pues piensa que le resultaría imposible tener una familia mientras siga efectuando el trabajo que realiza en estos momentos, y conoce la experiencia por el caso de otra mujer licenciada en Imagen y Sonido que teletrabaja para empresas de Madrid desde Jaén.

Las mujeres con más experiencia laboral, las secretarías de dirección (35-44 años), opinan que el teletrabajo es una buena opción para determinadas profesiones, pero no para las mujeres en general. No facilita su acceso al mercado laboral porque acceden a una nueva forma de trabajo que no les permite relacionarse con otras personas y es una justificación para que aumente su carga de trabajo doméstico y responsabilidades familiares. Sería un retroceso que las mujeres regresaran a sus casas a trabajar, pues seguirían haciendo todas las tareas domésticas, no se lograría un mayor equilibrio con los hombres en el reparto de las tareas y las mujeres no podrían desconectarse de los problemas domésticos. No lo consideran adecuado como opción mayoritaria, aunque están de acuerdo en que sea una alternativa para aquellas mujeres que así lo deseen.

Insistían en el problema del aislamiento y, en relación con su profesión de secretarías de dirección, opinaban que, aunque el telesecretariado es muy frecuente en otros países, en España es menos usual y se utiliza, sobre todo, para pasar informes y transcribir. Si no se extiende más es porque la información entre los jefes y el resto del personal de una oficina fluye muchas veces a través de las secretarías como intermediarias. Si no existe esa relación directa se pierde la comunicación y se pierde también una parte importante del mundo laboral que son las relaciones personales en el trabajo.

En los casos de mujeres teletrabajadoras analizados en el marco de esta investigación se trata de profesionales independientes, aunque puedan constituirse como sociedad limitada, que trabajan para grandes empresas (informática, estudios de mercado), y el hecho de teletrabajar les permite vivir en entornos más tranquilos, tanto en las cercanías de grandes ciudades como en municipios rurales de tamaño pequeño.

Para ellas las TIC, y especialmente Internet y el correo electrónico, suponen un gran ahorro de tiempo y dinero a la hora de buscar información, comunicar con los clientes y evitar desplazamientos, que son algunas de las tareas importantes de sus respectivos negocios.

Ambas coinciden con los argumentos utilizados por las mujeres que han respondido nuestra Encuesta en una idea fundamental: el teletrabajo puede ser una trampa para la mujer si realiza desde casa un doble trabajo (el profesional y el de ama de casa) y puede contribuir a perpetuar la discriminación. En este sentido,

el teletrabajo no debe ser una forma de “trabajo para mujeres”, sino más bien una nueva forma de trabajo para cualquier persona que desee organizar su vida familiar y profesional de otra manera más libre y responsable.

“Es un error relacionar teletrabajo y mujer (mas concretamente, mujer rural), porque esto, lejos de beneficiar a la mujer, la perjudica. Si el teletrabajo es para mujeres, la mujer seguirá en casa ocupándose de las tareas domésticas porque tiene mas tiempo y porque está en el hogar, y además profesionalmente no se la valorará como corresponde, y le resultará mucho mas difícil demostrar su valía profesional, porque siempre será considerada como un ama de casa ilustrada que en sus horas libres en lugar de ver el culebrón, realiza un trabajito y obtiene un sueldecito como ayuda a la economía familiar. Llevo 15 años teletrabajando, y alguna vez me he sentido tratada así en el entorno profesional y también en el familiar”.

También son conscientes de las exigencias que impone: *“si trabajas en casa tienes que ser consciente de que la prioridad número uno es tu trabajo, y, en ese sentido ,si la cama está sin hacer, esto no debe generar ningún problema ni hacerte perder el tiempo. Con o sin las TIC la organización del tiempo es fundamental”.*

Las motivaciones de las profesionales que teletrabajan son muy amplias, como se puede apreciar en el **recuadro 6.3**. Para las profesionales independientes constituye una opción muy atractiva y, como manifestaba una de nuestras entrevistadas, *“nunca me había sentido identificada con el hecho de vivir en una oficina y de que fueran otros los que organizaban mi trabajo. Deseaba organizar mi tiempo y mi trabajo, poder compatibilizar el trabajo con otras actividades, no estar condicionada por la ubicación de la empresa y, lo más importante, quería que me pagaran por mi trabajo y no por el tiempo que paso en la oficina”.* Otro argumento importante a favor del teletrabajo es que *“en determinadas tareas es mejor trabajar solo y evitar los desplazamientos y la burocracia de las oficinas”.*

La opinión que merece el teletrabajo al resto de las mujeres informadoras clave entrevistadas en profundidad para nuestra encuesta también es compleja. Se trata de mujeres que no teletrabajan, al menos en la actualidad, aunque en algún caso lo han practicado en el pasado. Sus opiniones se dividen entre las que se manifiestan a favor de este sistema con rotundidad, las que lo consideran interesante, pero con algunos reparos y condiciones, y las que lo rechazan por considerarlo una trampa para las mujeres.

Una editora electrónica que ha practicado el teletrabajo resume e integra las distintas posturas encontradas:

“En la actualidad se plantea la elección entre vida familiar o profesional, una elección que normalmente en la pareja se dirige a las mujeres. En este

sentido, el teletrabajo puede permitir compatibilizar ambas cosas (...). Profesionalmente, he practicado el teletrabajo durante parte de mi jornada diaria y he tenido en mi empresa a mujeres que teletrabajan a jornada completa y están muy satisfechas con la libertad que eso les permite. Esta claro que cuando se opta por tener hijos, pero no por ello se quiere renunciar a un desarrollo profesional pleno, hay ciertos sectores (no todos) en los que el teletrabajo es una solución (...) pero es más positivo si se buscan formas de relación con compañeros y con la empresa alternativas (por ejemplo, teletrabajo a jornada parcial o reunión presencial o virtual de empresa una vez por semana, según las posibilidades y circunstancias de cada empresa y trabajador, etc. (...). Sin embargo, creo que todo esto es válido si el teletrabajo es una oportunidad y no una imposición. Es decir, la mujer que teletrabaje debe hacerlo por voluntad propia, acordándolo con el empresario o, si es su propia jefa, decidiéndolo así de forma preferente frente a otras opciones. Y matizo esto porque si bien hay mujeres (ámbito rural, desempleadas,...) que sin las TIC están viviendo una situación de aislamiento y marginación, y pueden encontrar en el uso de Internet nuevas oportunidades para su desarrollo profesional y ampliar sus horizontes, también puede ocurrir al contrario. Mal usadas podrían hacer que una mujer que desee incorporarse al mercado laboral de forma presencial tenga como única posibilidad el teletrabajo, en cuyo caso se limitaría su desarrollo y se estaría discriminando con las TIC”.

Entre los argumentos a favor del teletrabajo los más importantes son:

- El teletrabajo permite combinar trabajo y familia con más libertad para organizar los tiempos personales de lo doméstico y lo profesional.
- Sin embargo, no es aplicable a todas las situaciones ni a todas las personas. Es necesario que las personas posean unas determinadas habilidades personales, como por ejemplo: saber organizar el tiempo propio; saber desconectar un ámbito y otro; capacidad para resolver situaciones a distancia; responsabilidad; auto-disciplina; capacidad para no aislarse.

Entre los argumentos más críticos destacan los siguientes:

- El teletrabajo puede ser una trampa para la mujer y contribuir a consolidar la discriminación de género si realiza desde casa un doble trabajo (el profesional y el de ama de casa).
- El teletrabajo no debe ser una forma de “trabajo para mujeres”.
- Problemas de aislamiento de la teletrabajadora que dificultan su completa integración laboral y social. Una de las entrevistadas comentaba: “Puede ser una opción, pero he vivido esa experiencia y crea mucha ansiedad”.

- Problemas originados por no existir una diferencia clara entre espacio y tiempo de trabajo, y espacio y tiempo de familia.

En relación con el tiempo y el horario de trabajo, otra de las entrevistadas ponía el ejemplo de su madre: *“Mi madre, que tiene su oficina en casa, mezcla el horario de trabajo doméstico con el horario profesional, con lo cual a horas en las que el resto de la gente normalmente no está trabajando, ella sí, porque a lo mejor en el horario normal de trabajo ha parado para poner una lavadora. Y al contrario, a la hora de comer está recibiendo un fax o atendiendo la llamada de un cliente”*.

En relación con el problema del espacio, otra entrevistada rechazaba el teletrabajo por la frustración que puede producir el mezclar los dos ámbitos, doméstico y profesional: *“Si se está trabajando en casa, al final no se le presta atención a la familia porque la dedicación está puesta en otros temas. Se tiene presencia física pero no mental, por lo que eso frustra a los miembros de la familia (por ejemplo, el padre todo el día hablando por el móvil). De igual forma, no se rinde igual en el trabajo. Es un estar sin estar en los dos sitios a la vez. Al final, la eficacia global disminuye”*.

Recuadro 6.3. El artesanado electrónico femenino.

“Yo soy una de ellas. Mientras tecleo estas palabras en mi ordenador, mi correo electrónico recibe mensajes de trabajo y mi fax puede recibir cartas de negocios en cualquier momento. Mi mesa de comedor ha pasado hace mucho tiempo a ser un segundo escritorio donde se apilan artículos y correspondencia. Tengo archivadores antiguos que hacen de mesillas de noche y parte del mostrador de la cocina es ahora el sector de correos. Y mi contestador automático recibe todas las llamadas entrantes. Yo solía decir que trabajaba en casa, pero se aproxima a la verdad decir que duermo en la oficina.

Soy una de los millones de personas que, con la revolución de las comunicaciones, han abandonado los compartimentos de atmósfera cargada, de luces fluorescentes y control permanente del mundo profesional para trabajar en mi casa”. Helen Fisher (2000): *El primer sexo*, Taurus, Madrid.

3. CONCLUSIONES

Las mujeres aprecian la posibilidad de utilizar el tiempo de forma más eficiente gracias a las TIC (recibir información y formación, conseguir un empleo, desempeñar mejor el empleo actual y tener contactos profesionales y personales más fluidos). Sin embargo, subsiste la duda de si, a efectos prácticos, aunque faciliten muchas tareas laborales y del hogar y constituyan una importante ayuda, contribuyen a hacer más fácil la combinación de las responsabilidades profesionales y

domésticas. Las posibilidades son enormes. Las realidades pueden ser más difíciles de alcanzar e, incluso, cuando se han realizado avances importantes, pueden que no sean percibidos como tales.

El impacto de la utilización de las TIC (PC, correo electrónico, Internet) sobre los usos del tiempo se manifiesta de forma mucho más evidente (casi tres veces más) en el caso de las tareas profesionales que en el de las domésticas: nueve de cada diez encuestadas perciben con claridad ahorros de tiempo derivados de las TIC en sus tareas profesionales, mientras sólo cuatro de cada diez lo percibe en relación con las domésticas.

En general, no se aprecia que aumenten los requerimientos de tiempo de unas y otras tareas como consecuencia de la utilización de las TIC y sólo una de cada tres encuestadas considera que el correo electrónico le absorbe mucho tiempo.

Las mujeres innovadoras valoran que el uso de las TIC les ofrece más libertad para decidir los usos de su tiempo en cada momento, que les permite realizar gestiones de forma más fácil y rápida, trabajar desde casa o desde cualquier lugar, buscar información y recibir formación.

Por el contrario, también les exige dedicar tiempo para formación en TIC y, a veces, les hace llevarse trabajo a casa (sobre todo, a las profesoras).

Los usos de Internet y el correo electrónico más relacionados con la facilidad para combinar responsabilidades profesionales y domésticas, y que a su vez son más frecuentes entre nuestras mujeres innovadoras son:

- Comunicación con la familia y los amigos (dos de cada tres encuestadas).
- Continuar el trabajo desde casa (una de cada tres encuestadas, que en realidad están, de esta manera, practicando el teletrabajo).
- Realizar gestiones (una de cada tres encuestadas).

Como valoración general y directa, nuestras encuestadas no opinan que la utilización de Internet y el correo electrónico les haya ayudado a combinar responsabilidades profesionales y domésticas. Sin embargo, sí están de acuerdo en que les ayuda a hacerlo de forma más fácil que antes, por ejemplo para:

- Contactar con amigos y familia.
- Resolver de forma más fácil los problemas de la vida cotidiana.
- Comunicarse más unas personas con otras.
- Muchas mujeres que antes no podían trabajar ahora pueden hacerlo.

Entre las mujeres innovadoras que han colaborado en nuestra investigación (encuestas, entrevistas, grupos, estudios de caso) predomina la idea de que las TIC facilitan la vida porque permiten mejoras importantes en cuatro aspectos sustanciales:

- Superar limitaciones de tiempo gracias a la flexibilidad de horarios.
- Superar limitaciones espaciales gracias a la posibilidad de trabajar desde cualquier localización.
- Continuar el trabajo desde casa.
- Buscar información y hacer gestiones de forma más rápida.

En relación con el teletrabajo como alternativa para facilitar la combinación de responsabilidades profesionales y domésticas, la opinión de dos de cada tres encuestadas es favorable a esta apreciación, aunque se razonan cuáles son sus principales ventajas e inconvenientes.

Algunas ventajas claras de esta modalidad laboral son:

- Flexibilidad de horario (organizar el tiempo propio).
- Flexibilidad de espacio (trabajar desde casa, no desplazarse).
- Atender mejor a los hijos.

Pero también se muestran cautelas y reservas, como son:

- Que no sea una modalidad de empleo exclusiva para mujeres.
- Es esencial separar trabajo y familia (en tiempos y espacios), incluso trabajando desde casa.
- Existe el riesgo del aislamiento social.
- También el riesgo de trabajar mucho más por mucho menos, tanto en el ámbito profesional como en el doméstico.

Nuestras entrevistadas, así como las participantes en los grupos de discusión, se muestran muy críticas con el teletrabajo como opción para combinar responsabilidades laborales y familiares, coincidiendo en algunos argumentos:

- El teletrabajo es una opción que se ofrece mucho más a las mujeres que a los hombres.
- El teletrabajo puede ser una trampa para las mujeres, ya que supone que la mujer asuma nuevas tareas (profesionales) sin abandonar las tradicionales (domésticas).
- Se considera un retroceso que la mujer regrese al hogar para trabajar, y además probablemente ese regreso significaría trabajar más horas.

- El teletrabajo puede contribuir a perpetuar el doble trabajo y la discriminación, convirtiendo a la mujer en una especie de ama de casa ilustrada.

En resumen, muchas de estas mujeres reconocen que con frecuencia continúan trabajando desde casa gracias a las TIC (PC, Internet, teléfono móvil), lo que en realidad es una forma de teletrabajo. Sin embargo, lo rechazan como relación laboral predominante por los peligros de aislamiento, deterioro de las condiciones laborales e incremento excesivo de la carga de trabajo.

Sin embargo, las encuestadas y entrevistadas parecen atribuir al teletrabajo determinados problemas que, en realidad, son consecuencia de la condición de trabajador autónomo, así como de la existencia de relaciones de poder en los centros de trabajo que priman la presencialidad sobre el conocimiento o la eficacia. También se muestran preocupadas por la persistencia de esquemas socioculturales tradicionales en los que las personas se relacionan socialmente a través del trabajo y la mujer que permanece en el domicilio se debe encargar de las tareas domésticas. Es importante señalar que estos inconvenientes no son inherentes al teletrabajo, que no implica un completo aislamiento del mundo laboral, puesto que en realidad cada vez más personas teletrabajan parcialmente en red, y esto no significa un trabajo continuo desde el hogar, sino desde cualquier lugar, ya sea un telecentro, un *business centre*, o cualquier otra modalidad.

Recuadro 6.4. Ventajas e inconvenientes del teletrabajo.

VENTAJAS

A nivel individual:

- Libertad de horarios. Ahorro de tiempo y dinero en desplazamientos.
- Posibilidad de elegir el lugar de residencia y el lugar de trabajo.
- Compatibilidad del trabajo con otras actividades.
- Mayor dedicación a la familia.
- Reducción del estrés. Desarrollo personal y profesional.

A nivel profesional:

- Sustitución de obligaciones por responsabilidades. Más capacidad en la toma de decisiones.
- Plan de desarrollo profesional propio. Más capacidad de autoformación y posibilidades creativas.
- Mejor relación de trabajo. El jefe no existe o pasa a ser un cliente. Los compañeros no son competidores sino colaboradores.
- Más beneficios económicos.
- La vida privada se mantiene al margen de las personas con las que trabajo.

A nivel social:

- Nuevo modelo de sociedad, relaciones horizontales; comunicación directa y concreta; la eficacia y las soluciones se valoran más que la imagen y las palabras.
- Nuevas formas de relación empresa-empleado/-a, cliente-empresa.
- El individuo basa su seguridad en su formación, en la adaptación y reciclaje de sus conocimientos, en su nivel de responsabilidad y su capacidad para conseguir resultados.
- Cambio de las estructuras jerárquicas de las nuevas empresas.
- Sustitución de contratos fijos por colaboración y subcontratación puntual de profesionales para proyectos concretos.
- Mayores posibilidades de autoempleo (individualmente o en colaboración con otros/-as profesionales).
- “Oficina virtual”: minimización de los gastos de mantenimiento y promoción.
- Aproximación a una sociedad sin distancias geográficas donde el lugar ya no es un impedimento para acceder a cultura, trabajo, ocio, etc.
- Aproximación a una sociedad sin distancias por razón de sexo, raza, edad o circunstancias personales.

Teletrabajo y entorno rural:

- Repoblación de entornos rurales, desarrollo local y comarcal económico, cultural, social.
- Rejuvenecimiento de la población.
- Desmasificación de las grandes ciudades, redistribución geográfica del trabajo en favor de ciudades más pequeñas y de entornos rurales.

INCONVENIENTES

Por ser autónoma:

- Dificultad para empezar a desarrollar una actividad (pago del IAS, SS, etc.).
- Obligaciones tributarias y cotización a la SS incluso en el caso de que no haya ingresos o sean muy bajos.
- Ningún derecho a bajas por enfermedad, maternidad, pensiones, seguro de desempleo.

Continúa

Continuación

Por vivir en un entorno rural:

Deficiencia de infraestructuras. Carreteras en mal estado, carencia de servicios sociales y educativos (instituto, guardería). Pueblos en estado de semiabandono de calles y saneamientos, suciedad, etc.

Deficiencias en el suministro eléctrico y de agua, con frecuentes cortes (hasta 48 horas) sin previo aviso.

Deficiencia en las comunicaciones: conexiones a Internet, mala o nula cobertura de telefonía móvil.

Política local sectorial y de envejecimiento, preocupada aún por problemas de posguerra, pocos recursos, poca participación.

Cámara, Pilar (2000): "Teletrabajadora" en Foro Andaluz: Las tecnologías a favor de la igualdad y el empleo, Granada, 29-30 de Junio.



7

**Tendencias,
actitudes y opiniones**

En las actividades preparatorias del trabajo de campo llevado a cabo en esta investigación detectamos –tanto en el análisis bibliográfico (libros, artículos, investigaciones, aportaciones encontradas en Internet) como en las reuniones, paneles y talleres de investigación con expertas/os en este campo– la emergencia de comportamientos nuevos tanto por parte de las mujeres que utilizan las TIC como por parte de otros actores y colectivos sociales. Lo relevante es que el hecho que provocaba el cambio de comportamiento, por incipiente que fuera éste, es la presencia y uso intensivo de las TIC, aunque por el momento no se puede hablar de cambios generalizados ni con consecuencias sociales drásticas. Asimismo, nos interesaba conocer, al menos en sus rasgos más generales, las actitudes de las mujeres ante la SI y los medios que proporciona. Por último, nos dábamos cuenta de que la única manera –y de momento, la mejor, dadas las limitaciones económicas y temporales de esta investigación– de detectar algunos de estos fenómenos novedosos era a través de las opiniones de las propias mujeres innovadoras objeto de análisis. Por todo ello, pensamos que era necesario indagar acerca de estas nuevas tendencias, actitudes y opiniones que se apuntaban, con el fin de detectar posibles movimientos futuros o, al menos, las líneas de tendencia de la evolución de la relación entre las TIC, la SI y las mujeres.

Las nuevas tendencias de comportamiento detectadas tienen que ver con la contribución que la utilización de las TIC, la difusión de la sociedad de la información, el uso de los PC, de Internet y el correo electrónico pueden aportar para la superación de dos de los grandes retos de la sociedad española actual: en primer lugar, potenciar la actividad de las mujeres, en lo económico y laboral, y también en otros aspectos de la vida privada y social; en segundo lugar, contribuir a la reducción de la discriminación.

De las actitudes de las mujeres innovadoras nos interesaban dos aspectos: en primer lugar el para qué, qué esperan las mujeres de la SI y de Internet, cómo les gustaría que evolucionara, qué es lo que echan en falta en la red; en segundo lugar, si las mujeres sienten algo que los expertos (Marcelle, 2000; Fisher, 2000; Castells, 1997) detectan: a saber, que la utilización de Internet y el correo electrónico por parte de las mujeres contribuye a reforzar su autoestima, y en esa medida, a su empoderamiento, a creer en sí mismas para crear más y mejor.

En cuanto a las opiniones de las mujeres innovadoras nos interesaba, en primer lugar, la imagen que tienen de sí mismas como usuarias de la SI; asimismo, qué diferencias de género aprecian a la hora de utilizar las TIC –si los usos de hombres y mujeres son diferentes; si las capacidades de unos y otros son también diferentes–; por último, cuáles son, en su opinión, las razones por las que el número de mujeres usuarias de Internet es más bajo que el de hombres, es decir, por qué no utilizan Internet muchas más mujeres.

En nuestra investigación se han abordado estas cuestiones en diferentes preguntas de nuestra encuesta y en las entrevistas, grupos de discusión y estudios de caso, que ya se han analizado en otros apartados dedicados a analizar las ventajas y las barreras que encuentran las mujeres a la hora de utilizar las TIC. En este capítulo vamos a recordar algunas de esas respuestas desde la perspectiva específica de las tendencias, las actitudes y las opiniones de las mujeres.

1. TENDENCIAS

1.1. ¿LA SI E INTERNET POTENCIAN LA ACTIVIDAD DE LA MUJER?

Uno de los efectos de la difusión de la SI y el uso de Internet es el aumento de la actividad económica de las mujeres (tasas de actividad y de ocupación), así como su incorporación a la vida social, política y comunitaria. En otras investigaciones previas hemos comprobado cómo, en paralelo con la difusión de la SI, en España, están aumentando las tasas de actividad y de ocupación femeninas (Castaño *et al*, 1999). También hemos confirmado (capítulo 3) que, al igual que en el conjunto nacional, para el caso de Andalucía están aumentando la actividad económica y el empleo entre las mujeres. Y los sectores donde más aumenta en términos relativos son los de alta intensidad tecnológica en relación con las TIC, que ya representan casi un tercio del empleo femenino en esta Comunidad, mientras que pierden importancia los de baja intensidad tecnológica.

La difusión de la SI y el uso de Internet pueden contribuir a aumentar la actividad de las mujeres, siempre que les permita disponer de más tiempo o utilizarlo de forma más eficiente gracias a los nuevos medios. También pueden paliar situaciones de aislamiento de mujeres que viven en lugares remotos o que, en el mismo centro de las grandes ciudades, permanecen en el hogar por cuidado de niños, enfermos o mayores. El correo electrónico, Internet, abren posibilidades de comunicación interactiva para compartir información y experiencias. Otro factor coadyuvante es la posibilidad de información y formación por la Web, que puede utilizarse para conseguir un empleo, para desempeñar mejor el empleo actual y para resolver problemas de trabajo, profesionales, personales.

¿CONTRIBUYE A LA CREACIÓN DE EMPRESAS, A LA OBTENCIÓN DE EMPLEO, A LA FORMACIÓN?

La difusión de la SI y las TIC contribuyen a generar nuevas actividades económicas en los propios sectores TIC y a consolidar muchas otras ya existentes reduciendo costes, incrementando la productividad, permitiendo alcanzar economías de escala y de ámbito más difícilmente obtenibles con tecnologías anteriores. Estos

efectos se pueden apreciar en la creación directa de empresas y de empleo. Sin embargo, su impacto tiene mucho más calado desde el punto de vista del mantenimiento de empresas y de empleos ya existentes, que se renuevan con las aportaciones tecnológicas. Y desde el punto de vista de los trabajadores y empleados, la capacidad de manejar las TIC (PC, Internet, correo electrónico) se ha convertido en un requisito casi indispensable en la mayoría de las ofertas de empleo no manual, a las que preferentemente acuden las mujeres.

Desde el punto de vista de las mujeres, las TIC constituyen una herramienta más para incorporarse y mantenerse en el mercado de trabajo, que cuenta con la ventaja de que las mujeres se adaptan especialmente a sus requerimientos. Sin embargo, la apreciación de estos efectos por parte de las mujeres es todavía modesta. En nuestra encuesta las mujeres usuarias intensivas de las TIC (PC, Internet, correo electrónico), no aprecian de forma clara que dicho uso haya contribuido directamente a su participación económica y laboral por la vía de la creación de empresas o de la obtención de empleo. Sin embargo, se aprecian indicios muy favorables desde el punto de vista de la ampliación de la empresa y el mantenimiento del empleo, como se puede apreciar en el **gráfico 7.1.a.**:

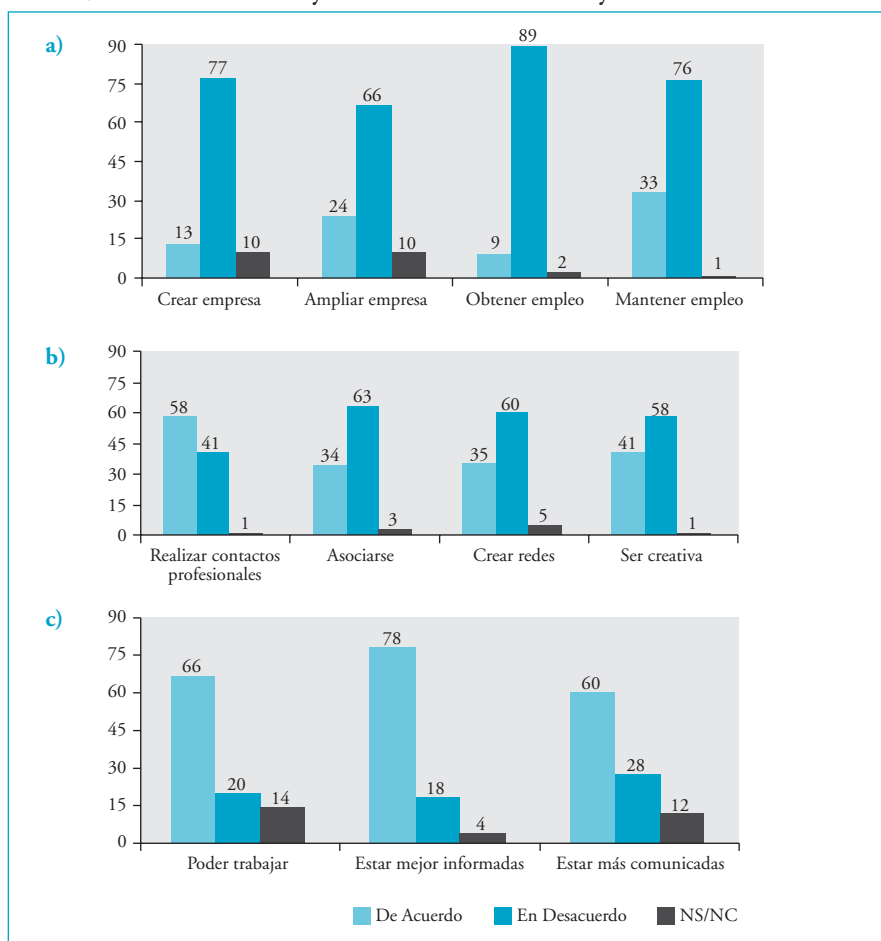
- Aunque el 77% no considera de forma directa que Internet y el correo electrónico les hayan ayudado a crear su empresa y el 66% tampoco consideran que haya servido para ampliarla, más del 20% sí considera el supuesto de ampliación de empresa (que entre las empresarias innovadoras encuestadas alcanza el 42%).
- En relación con el empleo, casi el 90% no aprecia que les haya ayudado a conseguir un empleo y el 76% tampoco a mantenerlo. Sin embargo, a casi al 25% les ha ayudado a mantener el empleo, especialmente empresarias y profesoras (30%).
- La obtención de formación no se ha dado en el 57% de los casos, aunque sí ha ocurrido para el 40 % de las encuestadas, especialmente las profesoras (en un 52%).

Por el contrario, las mujeres participantes en los grupos de discusión y en las entrevistas en profundidad nos muestran que algunas de las principales utilidades de las TIC se orientan a estos fines. Por ejemplo, las jóvenes informáticas (25-34 años) asistentes a nuestros grupos de discusión incluían entre los usos prioritarios de Internet en su vida personal *“buscar ofertas de empleo, temarios de oposiciones...”*.

Y las jóvenes universitarias (18-24 años) manifestaban que las páginas de Internet que más visitan son las de su universidad y las de búsqueda de empleo; también para formación, por ejemplo, para realización de trabajos académicos, y obtener apuntes e información de las disciplinas académicas a través de la red.

Por otra parte, y como era de esperar, todas las informadoras clave entrevistadas en profundidad reconocen que el manejo de las herramientas TIC les ha ayudado considerablemente en su trayectoria profesional. Por ejemplo, les ha permitido “encontrar trabajo en la primera entrevista”, “cambiar de empresa”, “poder trabajar como profesional independiente”, “realizar mi trabajo desde cualquier lugar”, “me ha ayudado como instrumento de trabajo para estar comunicada e informada”, “Internet ha sido el motor fundamental de mi trayectoria profesional”, “me ha abierto nuevas oportunidades profesionales”, “herramienta crucial en el trabajo”, “factor clave en mi trayectoria”, “pilar fundamental en mi trayectoria profesional”.

Gráfico 7.1. El uso de Internet y el correo electrónico le ha ayudado a:



Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

¿CONTRIBUYE AL ESTABLECIMIENTO DE RELACIONES PROFESIONALES?

Una de las principales ventajas de la utilización de Internet y el correo electrónico es la inmediatez de los contactos, las relaciones, la obtención y difusión de información, convocatorias, etc. Las capacidades y habilidades de cada persona, hombre o mujer, dotada de estas herramientas se multiplica exponencialmente, mientras que los requerimientos de tiempo para cada tarea se reducen (aunque en muchos casos se utilice más tiempo porque el atractivo de la herramienta es importante y la curiosidad de las personas no tiene límite).

Por ello, como era de esperar, son muy positivos los efectos que las mujeres innovadoras aprecian: desde la perspectiva del estímulo al establecimiento de relaciones profesionales y empresariales y de la creatividad (**gráfico 7.1.b**):

- Casi el 60% considera que les ha ayudado a realizar contactos con colegas y profesionales de otras empresas. Esta respuesta positiva es especialmente elevada en el caso de las profesoras, que han apreciado esta ayuda mucho o bastante en el 75% de los casos.
- Al menos una de cada tres encuestadas está de acuerdo con que le ha ayudado a asociarse y cooperar con otras empresas o instituciones, y a crear redes de colaboración profesional. La creación de redes ha sido apreciada por una mayoría de las profesoras (55%).
- Al menos cuatro de cada diez encuestadas encuentra que el uso de Internet y el correo electrónico le ha ayudado a ser más creativa, especialmente las empresarias (casi una de cada dos).

En los grupos de discusión las mujeres informáticas también valoraban muy positivamente el contacto con colegas y el acceso a foros profesionales, incluso para resolver dudas técnicas.

NUEVAS OPORTUNIDADES DE TRABAJO, INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN

A la hora de apreciar las ventajas e inconvenientes de las TIC para las mujeres, también se han obtenido respuestas muy significativas en relación con las mayores posibilidades de actividad económica, empleo y de relación social, ya que podrían contribuir a contrarrestar la situación de aislamiento y falta de información y comunicación que sufren muchas de ellas cuando habitan en entornos apartados o su actividad social se limita a la familiar.

Las respuestas obtenidas se pueden considerar indicativas del aprecio por estas contribuciones de las TIC a la integración social de las mujeres (**gráfico 7.1.c**):

- El 66% considera que usando Internet muchas mujeres que no podían trabajar ahora pueden hacerlo.
- El 78% se siente mejor informada gracias a las TIC (especialmente profesoras y empresarias).
- El 60% está de acuerdo con la apreciación de que las TIC hacen que las personas se comuniquen cada vez más entre sí.

Entre las informadoras clave a las que se realizó entrevistas en profundidad, también predomina una valoración positiva en el sentido de que la utilización de las TIC, y especialmente el PC, Internet y el correo electrónico, les permiten hacer más cosas, hacerlas mejor y ser más creativas, insistiendo en la apertura de más oportunidades de acceso no sólo al trabajo, sino también al poder. Por ejemplo:

- *“Es un instrumento de acceso al trabajo y al poder. Permite hacer más cosas, mejor y más rápido y ser más creativa, en la medida en que cuentas con más información sobre todo”.*
- *“Creo que amplían las posibilidades y permiten el acceso a nuevas oportunidades, a mayores dosis de información interesante profesional y personalmente. Permite aprender más, pero también aportar más, de una forma relativamente sencilla y con toda la información y las personas que pueden ser de interés a sólo un clic de distancia”.*

Sin embargo, esta contribución se aprecia como algo todavía incipiente que tiene efectos no sólo en relación con las mujeres, sino en general y que requiere el concurso de otros factores:

- *“Conozco muchas mujeres que han tenido éxito profesional y que utilizan las TIC, pero no creo que ésta sea la única causa.... Las TIC son una herramienta más, que abren muchos campos y muchas nuevas formas de organizarse y de trabajar, pero creo que el éxito profesional se obtiene mediante la formación, la constancia, la profesionalidad, la responsabilidad, la actualización y reciclaje continuo de conocimientos, etc., y las TIC pueden ayudar a esto en gran medida, y también se generan nuevas profesiones, servicios, etc. al amparo de las TIC, pero siempre es necesario que exista una base”.*

Y persiste la preocupación porque las nuevas herramientas puedan suponer una sobrecarga de trabajo:

- *“(...) existe el peligro de que utilicemos la flexibilidad que nos proporcionan las TIC para esclavizarnos todavía más. Tenemos que ser estratégicas en su uso. Utilizarlas para ser más libres y creativas”.*

1.2. ¿CONTRIBUYE A LA REDUCCIÓN DE LA DISCRIMINACIÓN?

La difusión de la SI y el uso de Internet pueden contribuir a reducir la discriminación hacia las mujeres. Precisamente aquellos colectivos que más dificultades de acceso tienen, entre ellos las mujeres, son los que más se pueden beneficiar. Obviamente, éste no será un resultado que se derive por sí solo de dicha difusión y tampoco será de forma generalizada ni a corto plazo. Sin embargo, la realidad avanza, aunque sea a pasos cortos.

En el entorno laboral cabe la posibilidad de que haya menos sexismo, o al menos no se haga tan evidente. Por ejemplo, al comunicarse con un colega por correo electrónico en lugar de por teléfono o en persona, los rasgos particulares del interlocutor no resultan tan evidentes, lo que reduce las posibilidades de comentarios sexistas o discriminatorios. También el uso del correo electrónico contribuye a que se difuminen las jerarquías.

La misma cuestión se puede plantear en relación con la vida económica, social y familiar. Los sistemas de venta por teléfono, por ejemplo, son más igualitarios desde el punto de vista del usuario. En el entorno del hogar y la familia, también puede contribuir a la reducción de las diferencias, pero sabemos, asimismo, que los varones tienden a monopolizar el uso de las herramientas tecnológicas de la SI (ordenador y conexión a Internet) y que las decisiones de compra de ordenador las toman ellos.

VISIBILIDAD DEL TRABAJO DE LAS MUJERES, PRIVACIDAD, LENGUAJE MASCULINO, SEXISMO

En nuestra encuesta (**gráfico 7.2.**) se ha pedido a las mujeres innovadoras que manifiesten su acuerdo o desacuerdo con un conjunto de afirmaciones relativas a la discriminación de género en el entorno laboral:

- Se ha abordado la posibilidad de que la utilización de las TIC permita hacer más visible el trabajo de las mujeres, al conocerse de forma más transparente que anteriormente las tareas que cada cual realiza, gracias a que el uso de Intranet y del correo electrónico facilita compartir la información de forma horizontal. De esta manera, se dificultaría algo de lo que se quejan con frecuencia muchas mujeres: que sus compañeros de trabajo varones se atribuyen la autoría de tareas y trabajos realizados por ellas mismas, mientras que les atribuyen a ellas sus errores e incumplimientos.
- También se ha planteado, en sentido contrario, que el uso de estos medios pueda afectar a la privacidad en las relaciones y comunicaciones profesionales.
- Por último, se ha planteado abiertamente la cuestión del carácter masculino del lenguaje en la red, es decir, si perciben que el lenguaje de Internet esté pensado por y para los hombres.

En relación con la primera afirmación, relativa a la visibilidad del trabajo de las mujeres, el acuerdo es considerable:

- El 50 por 100 de las mujeres encuestadas está de acuerdo, y este porcentaje sube al 65% en el caso de las profesoras, en que estos medios facilitan la visibilidad de las realizaciones femeninas.
- Sin embargo, una proporción no despreciable, casi dos de cada diez, no sabe qué responder o no contesta.

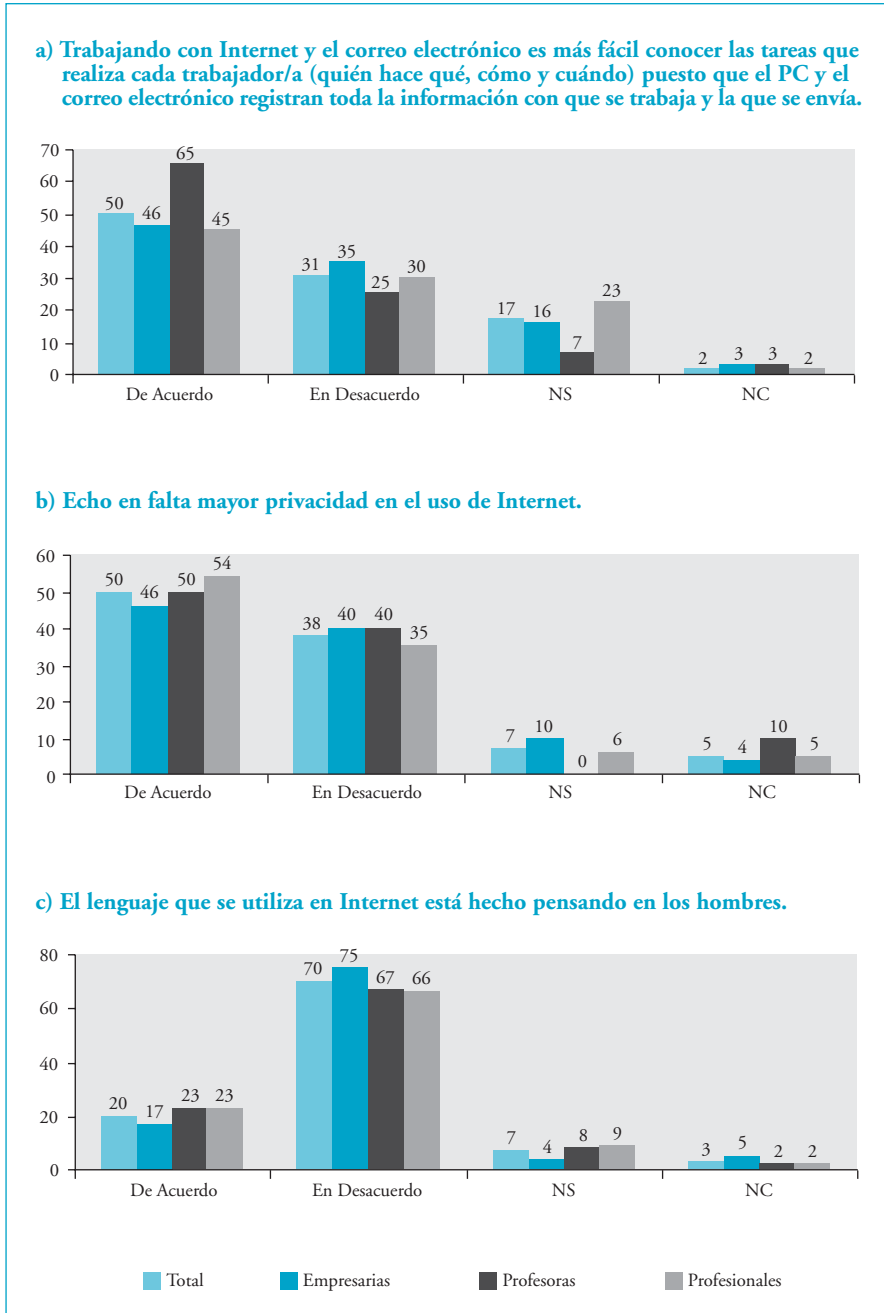
También es muy elevado (50%) el grado de acuerdo con la insuficiente privacidad de las comunicaciones profesionales en la red.

Por el contrario, no se percibe que el lenguaje utilizado en Internet tenga carácter masculino: siete de cada diez mujeres encuestadas no está de acuerdo con esta afirmación y una de cada diez no sabe o no contesta.

Las mujeres más jóvenes, tal como las podemos apreciar a través de las estudiantes de nuestro grupo de discusión, si bien manifiestan que la situación de la mujer en el ámbito laboral es de discriminación respecto a los hombres, no piensan que las nuevas tecnologías sean cruciales para erradicar esa situación, sino que “el poder de la mujer en el futuro depende de su mentalidad”. En general, las participantes no creen que la SI mejore sustancialmente la situación de las mujeres. El factor clave para ser más creativa es la propia inquietud de la mujer. En el grupo se apuntó un caso interesante de discriminación por razones de género en la propia familia. Se trata de una estudiante que ha tomado la iniciativa de crear una página Web para el negocio familiar (un supermercado), a pesar de lo cual su padre ha preferido que sea el hijo varón el que acuda a un curso de formación y se responsabilice de esta tarea.

Las mujeres también jóvenes, pero con experiencia laboral en el uso de las TIC, como es el caso de las programadoras informáticas asistentes a nuestro grupo de discusión, tampoco creen que la reducción de la discriminación dependa de las TIC, sino de otros muchos factores. La mayoría opina que la informática es todavía una carrera de hombres y que en su sector de actividad existe discriminación, y, de hecho, plantean situaciones de este tipo que se sufren en sus empresas, aunque algunas manifiestan no haberlo experimentado personalmente:

- Encuentran intensa discriminación en el trato cuando se habla de temas técnicos, no sólo con jefes, sino también con sus colegas masculinos, ya que *“parece que los hombres prefieren hablar con hombres de estos temas”*.
- También existen diferencias importantes en los sueldos “de 500 a 600 mil pesetas en sueldo anuales” (entre 3.000 y 5.000 euros), aunque no en las responsabilidades asignadas, es decir, aunque las responsabilidades sean las mismas.

Gráfico 7.2. Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones según grupos de mujeres.

Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
 Base: Total de mujeres encuestadas.

- Los hombres suelen ser ascendidos antes que ellas. Manifiestan que *“ellas tienen que estar continuamente demostrando que se merecen el puesto, mientras que en el caso de los hombres se parte del supuesto de que ellos valen”*.
- La discriminación depende, en gran medida, de quién sea tu superior. *“Favorece mucho que tengas a una mujer como jefa porque discriminan menos, por ejemplo no existe discriminación en Coritel, empresa que cuenta con muchas mujeres en la dirección”*.

Sin embargo, son ellas mismas las que aprecian con más claridad la visibilidad del trabajo de las mujeres a través de las TIC. Por ejemplo, usan siempre el correo electrónico para cualquier comunicación en el trabajo para que así quede registrado todo (cuándo se asignaron las tareas, qué tareas, qué información se ofreció, peticiones, eventualidades) y comentan que, cuando las empresas controlan y restringen los accesos a Internet, siempre se comprueba que son los hombres los que encabezan la lista de los que más frecuentemente acceden a Internet por cuestiones no relacionadas con el trabajo.

En cuanto a las mujeres con más experiencia profesional, las secretarías de dirección son las que aprecian más claramente efectos de reducción de la discriminación por la utilización de las TIC: *“Hay menos sexismo al comunicarse con un colega masculino por correo electrónico que por teléfono o en persona porque la comunicación por correo electrónico es más neutra y distante”*. Esta consideración resulta especialmente relevante si se tiene en cuenta su especial posición en las empresas, que consiste en realizar tareas siempre subordinadas a otros, normalmente hombres, en el marco de relaciones en que es frecuente que se den actitudes sexistas. Si este colectivo aprecia que el sexismo tiende a reducirse al utilizar estos medios, es una opinión a tener muy en cuenta.

Entre las informadoras clave entrevistadas en profundidad se valora muy positivamente la contribución de las TIC a la reducción de la discriminación. Algo parecido ocurre en relación con el sexismo en las relaciones por correo electrónico:

- *“Creo que contribuye grandemente a reducir la discriminación laboral y familiar (...) Probablemente, al no escuchar la voz y no ver a la persona, se tiene menos en cuenta el género y evita prejuicios”*.
- *“Quizá, al no haber un contacto directo se establecen menos diferencias en la comunicación”*.
- *“Cuando se establece una relación laboral a través de Internet, lo primero que se juzga y valora es el trabajo, el resultado, y después se conoce el nombre de la persona que hay detrás (el paso siguiente sería la comunicación). Desde mi punto de vista, esto disminuye en gran medida los prejuicios de todo tipo, por sexo pero también por edad, aspecto físico, etc.”*

Sin embargo, hay mujeres que observan este proceso con cierto pesimismo:

- *“Es un arma de doble filo. Puede contribuir a reducir la discriminación o a aumentarla. Hay que tener cuidado en la forma en que los medios de comunicación y la Administración venden las ideas a la sociedad. Aunque por supuesto, somos las propias mujeres las que tenemos la última palabra, y las que no debemos caer en la trampa (...) (¿Hay menos sexismo?) no lo creo. La mentalidad de las personas no cambia. Solo cambia la herramienta de comunicación. El que es sexista por teléfono o en persona, también lo será, antes o después, por correo electrónico”.*
- *“Sí pueden contribuir, pero depende de que lo utilicemos no sólo de forma utilitarista, sino también como el espacio para la utopía. La educación en las TIC no pasa sólo por saber utilizar el ordenador, sino por crear el marco para la reflexión de cómo queremos utilizarlas para transformar la realidad. Y en nuestro caso para fortalecernos frente al patriarcado (...) (¿Hay menos sexismo?) creo que sí, aunque me atrevería a decir que mis colegas masculinos tienen mucho cuidado al relacionarse conmigo (por ejemplo en el lenguaje) porque saben en qué trabajo. Aunque por lo que sé, los chats reflejan totalmente el sexismo”.*
- *“No creo que este problema pueda reducirse mucho, aunque algo sí afecta porque las mujeres cada vez están mejor preparadas y formadas, con lo que pueden tener más oportunidades (...) No lo creo, va a depender de la persona con la que te comuniqués, no del medio que se emplee”.*
- *“En absoluto. El tema de la discriminación va por otros derroteros y tiene unas connotaciones culturales tan fuertes que las TIC son una raya en el agua”.*

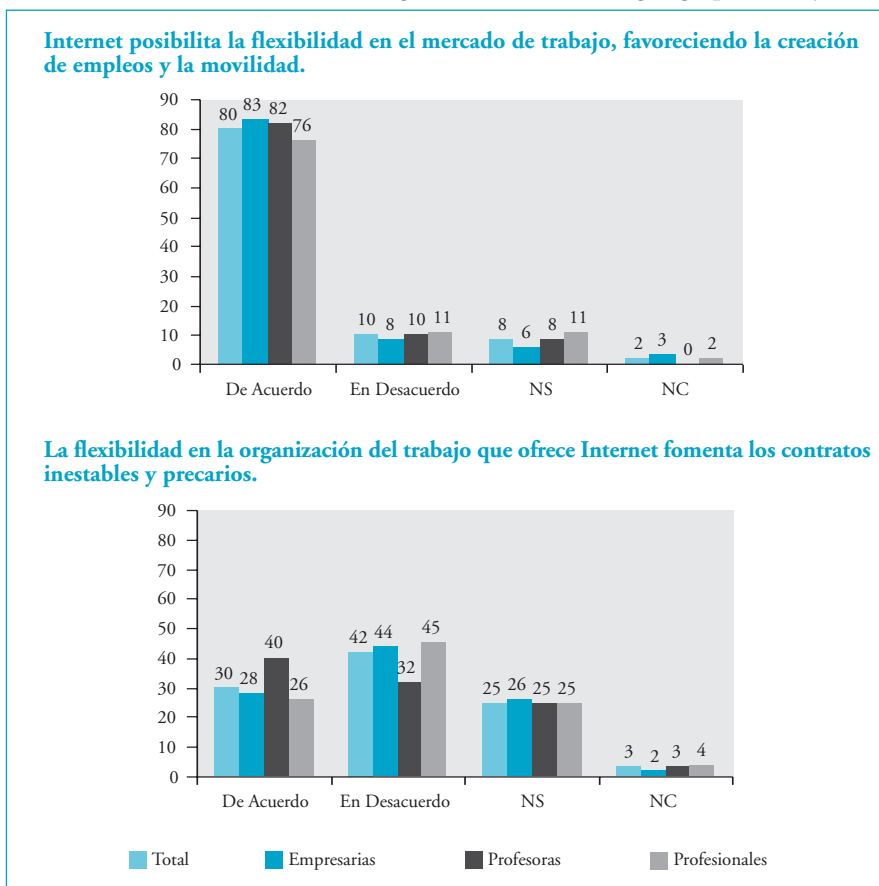
LA FLEXIBILIDAD, ¿ES POSITIVA O NEGATIVA PARA LAS MUJERES?

Otro de los aspectos relacionados con la reducción de la discriminación es la flexibilidad que ofrecen la SI e Internet. Dicha flexibilidad tiene una vertiente positiva y otra negativa para las mujeres. Desde el punto de vista positivo, como se ha expuesto anteriormente, ayudan a compatibilizar vida laboral y familiar. Asimismo, el mercado de trabajo se hace más transparente y, potencialmente, menos sexista. El entorno de trabajo también, puesto que se facilita la visibilidad del trabajo de las mujeres. La gestión de las empresas es más transparente, con lo cual es más fácil detectar la calidad del trabajo y la eficiencia de cada persona y se reducen las posibilidades de discriminación.

Pero la flexibilidad también presenta aspectos desfavorables para todos los trabajadores, que pueden afectar especialmente a colectivos inicialmente más vulnerables como son las mujeres. La precariedad o el aislamiento en el mercado laboral, por ejemplo en el teletrabajo. El aumento de la presión en el puesto de trabajo porque se entra en competencia con trabajadores de todo el mundo. La escasa privacidad de la información que se genera puede contrarrestar el efecto positivo de la mayor transparencia. Todos los elementos expuestos pueden provocar un aumento de la ansiedad.

Hemos pedido a las mujeres innovadoras que expresen su acuerdo o desacuerdo con dos afirmaciones relativas a los aspectos más positivos y más negativos de la flexibilidad laboral posibilitada por Internet (**gráfico 7.3**). Las respuestas son abrumadoramente favorables a la consideración de la faceta más positiva de la flexibilidad: ocho de cada diez encuestadas está de acuerdo con que favorece la creación de empleo y la movilidad en el mercado de trabajo. Por el contrario, son más matizadas, pero en desacuerdo en general, en cuanto a la faceta más negativa de la flexibilidad: sólo tres de cada diez están de acuerdo con la consideración de que la flexibilidad que ofrece Internet fomenta los contratos inestables y precarios. Sin embargo, en el caso de las profesoras, el porcentaje de las que están de acuerdo con la relación entre flexibilidad y precariedad (40%) supera al de las que están en desacuerdo (32%). En todo caso, las respuestas no son concluyentes, ya que una de cada cuatro encuestadas responde que no sabe.

Gráfico 7.3. Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones según grupos de mujeres.



Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
 Base: Total de mujeres encuestadas.

De las respuestas obtenidas se puede concluir que las mujeres encuestadas se muestran conscientes de la flexibilidad laboral que hace posible Internet y las TIC, valorando más los aspectos positivos de creación de empleos y movilidad del mercado de trabajo y mucho menos los relativos a la inestabilidad contractual y precariedad laboral. Probablemente, esto se debe a que las mujeres, como colectivo laboral, cuentan con larga experiencia de interrupciones, movilidad y cambios de situaciones que, en unos casos, les han sido impuestas por las prácticas discriminatorias de las empresas —que en los despidos o regulaciones de empleo siempre han preferido empezar por las mujeres— y, en otras, por situaciones familiares (maternidad, traslado del marido, etc.). Esto corrobora que, además de ser mano de obra más flexible, son conscientes de ello.

2. ACTITUDES

2.1. EXPECTATIVAS ANTE LA SI

Sabemos que las mujeres que utilizan las TIC opinan que éstas potencian las actividades de relación profesional (contactos, redes, asociaciones) y también la creatividad: que contribuyen a que trabajen muchas mujeres que no podrían trabajar. Y que las hace estar más informadas y contribuye a que las personas se comuniquen.

Pero lo importante es el *para qué*. Es necesario detectar qué esperan las mujeres de la SI y de Internet, cómo les gustaría que evolucionara, qué es lo que echan en falta en la red. De hecho, cuando encuentran un *para qué*, un motivo para comprar un ordenador y conectarse a Internet, muchas mujeres lo hacen aunque sus recursos económicos sean escasos. Una de nuestras informadoras clave expresaba esta situación de forma muy clara:

- *“Internet ha vivido un momento de expansión en el que se ha de reconocer que la creatividad de muchos de los emprendedores sorprende con nuevos servicios y nuevos usos de una Red que aún está, digamos, por inventar. Por poner dos ejemplos, a nivel de usuarios, hay iniciativas tan interesantes como el centromedicovirtual.com, en el que cualquier internauta tiene siempre a mano a un médico experto a quien consultar y abundante información que contrastar; otro ejemplo es asesores.com, la primera asesoría sin oficinas de España en la que todo se realiza a través de la Web y el correo electrónico (nóminas, facturas, etc.); a nivel profesional llaman la atención iniciativas como las de Nomefio.com, que ofrece información sobre empresas, o la conocida Web Secretariaplus.com”.*

Pero para nuestras mujeres innovadoras Internet es todavía un sector inmaduro, en el que no están definidos los intereses y las necesidades de los usuarios potenciales. Las empresas que hacen Internet, las que ofrecen productos y servicios en Internet, deberían atender más a la *demanda*, en lugar de centrarse en su propia oferta.

Recuadro 7.1. Internet es un reflejo de la realidad

“Para mí Internet no es un *mundo nuevo*. Tuve la sensación de que sí lo era, cuando me conecté por primera vez. Con el tiempo descubres que la red no es otro mundo, que sólo es un reflejo de nosotros mismos, de nuestra sociedad, del mundo cotidiano de siempre. Que sólo es una nueva forma de comunicación. Y entonces ya no esperas encontrar la *llave mágica* que solucione tu vida y tus problemas personales o profesionales. Empiezas a ser *práctica*, y a utilizar esa nueva herramienta de comunicación, para que ese mundo de siempre, de todos los días, te resulte más fácil”.

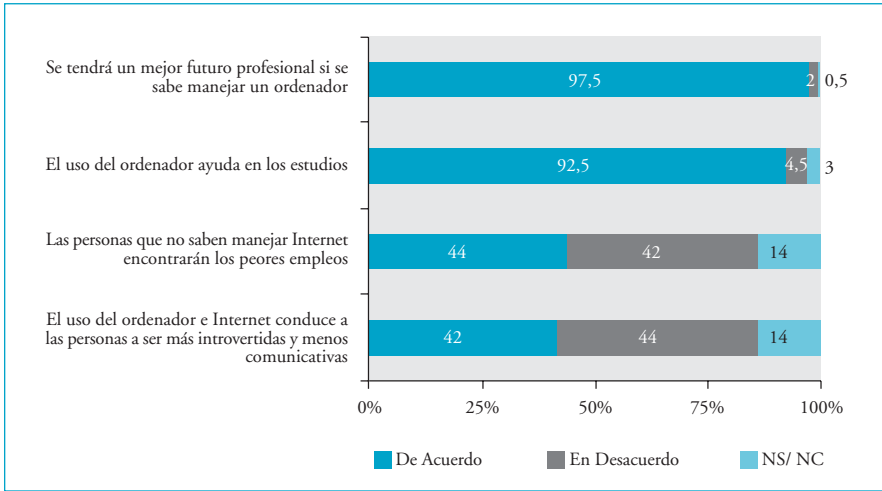
Entrevista en profundidad con teletrabajadora empresaria autónoma.

En nuestra investigación se han abordado las expectativas de las mujeres ante las TIC y la SI a distintos niveles, tanto en la encuesta como en los grupos de discusión y las entrevistas en profundidad.

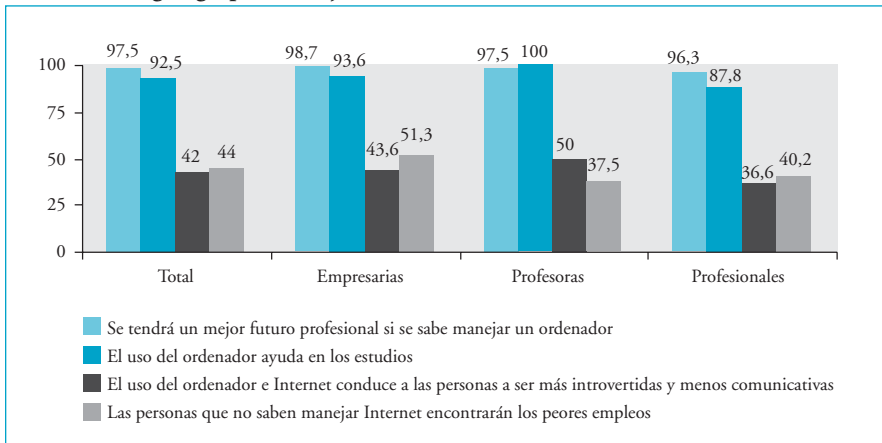
FUTURO PROFESIONAL, ESTUDIOS, CALIDAD DEL EMPLEO

Este tema se ha planteado en la encuesta a través de un conjunto de afirmaciones que relacionan mejores posibilidades de futuro, tanto en la vida privada como en la laboral o la social, con el uso de las TIC (**gráficos 7.4. y 7.5.**). Las respuestas son unánimes cuando se trata de efectos positivos, como que el uso de ordenadores ayuda en los estudios y abre mejores posibilidades de futuro profesional. Por el contrario, están claramente divididas en relación con aspectos más negativos –y, tal vez por ello, más controvertidos– como que el uso de Internet hace menos comunicativas a las personas o que aquéllas que no sepan utilizarlo encontrarán los peores empleos –en definitiva, la existencia de una brecha digital–:

- Casi el 100% (97,5) muestra su acuerdo con que se tendrá un mejor futuro profesional si se sabe manejar un ordenador.
- El 92% también lo está en que el ordenador ayuda en los estudios. Entre las profesoras este porcentaje asciende al 100%.
- Por el contrario, ante eventuales efectos de incomunicación o introversión de las personas por el uso de Internet, las opiniones se dividen entre:
 - 42% que se muestra de acuerdo;
 - 44% en desacuerdo (14% no sabe o no contesta).
 - A pesar de ello, el porcentaje de acuerdo asciende entre las profesoras al 50%, mientras que el de desacuerdo lo hace entre las profesionales hasta el 52%.

Gráfico 7.4. Expectativas en relación con el uso de ordenadores y correo electrónico.

Fuente: Encuesta Mujeres y Sociedad de la Información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

Gráfico 7.5. Expectativas en relación con el uso de ordenadores y correo electrónico según grupos de mujeres.

Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

En cuanto a la apreciación de que quienes no sepan utilizar Internet encontrarán los peores empleos, también se muestra dividida la opinión: el 44% está de acuerdo, y el 42%, en desacuerdo, aunque en este caso entre las empresarias ganan las que están de acuerdo (51%), mientras que entre las profesoras y las profesionales predominan las que muestran su desacuerdo (47 y 46%), respectivamente.

Las programadoras informáticas participantes en nuestro grupo de discusión son el colectivo que se mostró más sensible al argumento de que el conocimiento de TIC es fundamental para obtener un buen empleo. Algunas estudiaron Informática atraídas por las mayores posibilidades de empleo que ofrecía esta carrera; otras estudiaron otras titulaciones de ciencias y se emplearon en empresas de informática porque no encontraban empleos relacionados directamente con su licenciatura. Sin embargo, su visión del empleo en el sector informático es negativa. Piensan que está mal regulado y a pesar de los convenios colectivos no se cumplen las condiciones mínimas.

A las secretarías de dirección la expectativa de cambio que más les preocupa es un eventual empeoramiento de la comunicación *“si el uso de Internet en la vida personal es muy alto, puedes llegar a perder comunicación con los otros miembros de la familia. Las comunicaciones, ya sea por Internet o por teléfono, son menos sinceras que las que implican un contacto directo. Todo esto puede provocar aislamiento y soledad, ya que no sólo se reduce la comunicación directa, sino que además se sustituye por otra que no es tan verdadera”*.

Entre nuestras informadoras clave entrevistadas se esperan efectos positivos relacionados con:

1. La democratización del acceso a Internet, que ellas relacionan muy estrechamente con la reducción de los costes de conexión y el aumento del número de puestos públicos de acceso:
 - *“Que dejen de ser una herramienta solo de unos pocos y realmente se permita el acceso de todos los ciudadanos con conexiones rápidas y a precios razonables”*.
 - *“Una ampliación de oportunidades y de posibilidades de acceso a la información y comunicación, y un aumento del número de usuarios. Para ello, entre otras cosas, tendrá que disminuir el coste de acceso a Internet y aumentar los puestos públicos, así como el ancho de banda, etc. Creo que, por fortuna, ése es un proceso ya en marcha”*.
2. La mejora de los contenidos, sin que ello suponga el control de los mismos sino que, todo lo contrario, evite la censura:
 - *“Que no se conviertan en un nuevo instrumento del mercado exclusivamente, que no sea censurado y que permita que todos podamos utilizarlo para crecer”*.
 - *“También tendrá que evolucionar la regulación a nivel de empresas, potenciarse la calidad en contenidos y la sostenibilidad de las empresas que los vuelcan a la Red. Pero todo ello sin coartar la libertad y posibilidad de comunicación multidireccional (todos como potenciales emisores) que ofrece Internet”*.

3. La feminización de la red:

- *“Espero que contribuyan a feminizar el mundo y la vida. Que sea un instrumento para visualizar los que se han entendido tradicionalmente como valores y capacidades femeninas, que son en definitiva las que podrán hacer este mundo más habitable”.*

¿QUÉ LES GUSTARÍA ENCONTRAR EN INTERNET?

Hay mucha información y servicios que a las mujeres les gustaría encontrar en Internet y no encuentran o están poco desarrollados:

- Las estudiantes universitarias se interesan por la posibilidad de acceder a tiendas que aún no tienen información de sus productos en Internet y para las que todavía no existe la posibilidad de comprar electrónicamente.
- Las programadoras informáticas reclaman dos cosas: un desarrollo más avanzado de la videoconferencia y una mejora en la seguridad de la información que se encuentra en Internet, invirtiendo más en encriptación.
- Las secretarías de dirección opinan que las búsquedas por Internet se deberían mejorar. El filtro de información no es muy eficiente y, a veces, la búsqueda es un proceso lento y tedioso.

Las informadoras clave entrevistadas en profundidad también manifiestan qué servicios e informaciones desearían encontrar. Por ejemplo, se reclama que facilite cada vez más las tareas profesionales y personales de manera más rápida, más y mejor información y mejoras en los sistemas de telecompra, tele formación y otros (recuadro 7.2.):

- Más información de todo tipo en lengua castellana, incluidos buscadores y bases de datos en castellano. Más información de Comunidades Autónomas.
- Información más contrastada, que no provenga exclusivamente de las industrias de comunicación.
- Mejores buscadores.
- Guías de referencia de páginas Web de interés por profesiones.
- Que las páginas sean más claras, más ordenadas y con menos publicidad.
- Más desarrollo de la teleformación.
- Más y mejor acceso a trámites de las Administraciones Públicas por Internet, al igual que ya es posible hacer con los bancos.
- Más facilidades para comprar por Internet, tanto desde el punto de vista de las conexiones (que no se interrumpan a la mitad por fallos) como desde la seguridad para efectuar las transacciones con tarjetas de pago.

Recuadro 7.2. ¿Qué buscan y no encuentran en Internet?

Que facilite más las tareas profesionales y personales:

- Trámites administrativos
- Servicios de proximidad

Más y mejor información:

- Más contrastada
- Mejor ordenada
- Filtrada
- Mejores sistemas de búsqueda
- Guías de páginas Web por temas
- En castellano
- De comunidades autónomas
- Más segura
- Menos publicidad

Mejorar sistemas

- De telecompra
- De video-conferencia
- De tele formación

Fuente: Información extraída de las entrevistas en profundidad realizadas.

En otro sentido, algunas de las opiniones expresadas por las entrevistadas han sido:

“En lo que se refiere a información, creo que hay mucha, pero excesivamente dispersa. Personalmente, echo en falta verdaderos puntos de encuentro de toda la información sobre convocatorias, concursos, congresos, jornadas y cursos”.

Y se quejan de que “Internet a veces resulta demasiado comercial, sobre todo cuando se busca información técnica en español”.

2.2. REFUERZO DE LA AUTOESTIMA

Una de las barreras a las que se enfrentan las mujeres está relacionada con problemas de carencias de la autoestima debido a que los valores y los papeles sociales que se les asignan en exclusiva (vida privada, naturaleza, amor, altruismo, solidaridad; maternidad, trabajo doméstico, cuidados, empatía, comprensión) se consideran socialmente menos valiosos que los asignados a los hombres (vida pública, mercado, ganancia, acumulación, conocimiento, liderazgo, trabajo de mercado, competitividad, agresividad) (Benería, Lourdes “Global Markets, Gender and the Davos Man”, *Feminist Economics*, Vol. 5(3), 1999). A reforzar esas carencias contribuye en gran medida el hecho de que las mujeres dediquen una parte importante de su tiempo –muchas veces, largos periodos– a la vida privada, aisladas unas de otras y del conjunto de la sociedad, mientras que los hombres, aunque creen una familia y tengan hijos, se mantienen siempre en la vida pública y el mercado. Parece que para alcanzar la equiparación con los hombres fuera necesario adoptar conductas masculinas y convertirse en el modelo de directiva “Dama de Hierro”, es decir, soltera, absolutamente centrada en el trabajo, autoritaria y extremadamente exigente (Castaño *et al*, 1998).

Sin embargo, como se discutió en los paneles y talleres realizados en esta investigación, la brecha entre hombres y mujeres es una brecha de poder y no de cualidades o de conocimientos. La mayor cualificación y preparación de las mujeres es condición necesaria, pero no suficiente, para acceder a puestos directivos. Muchas mujeres saben, tienen grandes conocimientos, pero parecen no tener conciencia de ello y no utilizan el conocimiento para alcanzar y ejercer el poder. El problema es que el conocimiento ha estado tradicionalmente en manos de los hombres; dominado, en consecuencia, por valores androcéntricos; transmitido de hombres a hombres.

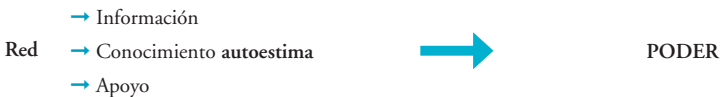
Por eso, uno de los principales atractivos de la red es que contribuye a que la información y el conocimiento sean más accesibles, a compartirlos con independencia del género. Compartir la información y el conocimiento significa que su posesión puede dejar de constituir algo exclusivo, sobre cuyo monopolio se sustenta el poder. En la medida en que la red está contribuyendo a generar redes de conocimiento femeninas (ver **Recuadro 7.4.**), esa apropiación del conocimiento debe servir para crear y fortalecer las empresas femeninas (pequeñas empresas, ya que la carrera en las grandes organizaciones verticales es muy difícil para las mujeres) y los proyectos femeninos. Un elemento esencial en esta línea es reivindicar el conocimiento frente a la presencia como base sobre la que se sustenta el poder.

Recuadro 7.4. La SI y el empoderamiento

La SI puede contribuir al empoderamiento y reforzar la autoestima de las mujeres al ofrecerles:

- Más información
- Más posibilidades de comunicación y relación (redes)
- Más posibilidades de asesoramiento
- Compartir experiencias
- Elaborar un discurso
 - Más autónomo y menos dependiente
 - Más racional y menos emocional
 - Más asertivo y menos dubitativo
- Facilita la toma de decisiones
- Ofrece herramientas que ayudan a vencer obstáculos, a atreverse

En definitiva, pasar del discurso de la denuncia y la queja al discurso de la elaboración de propuestas.



Fuente: Castaño, C.: "Economía y sociedad en el siglo XXI. Un nuevo espacio para las mujeres", 2000.

El poder masculino, especialmente en los espacios simbólicos de la alta dirección, tiene un componente presencial importante, que además está en alza. El poder está asociado a la presencia (“el ojo del amo engorda al caballo” dice el refrán) y la presencialidad es todavía muy importante en nuestra sociedad: presencia en el lugar de trabajo y en los círculos informales donde se coopta a los directivos. La cultura empresarial fomenta la conversión del tiempo de ocio en tiempo de trabajo como símbolo de dedicación a la empresa (aunque pueda indicar también mala organización). Esta mayor dedicación constituye un criterio esencial para la promoción, que se valora más alto que el cumplimiento de objetivos. El problema es que constituye la base sobre la que se tejen redes de relaciones informales en torno a los jefes, que son fundamentales para el ascenso a puestos directivos. Por ejemplo, los empleados o ejecutivos más valorados no son siempre los que consiguen mejores resultados, sino los que están más tiempo en sus puestos de trabajo.

Otro ejemplo de la importancia de la presencia es el aprendizaje a distancia (*e-learning*) que todavía es mixto (incluye teleformación y formación presencial). También se ha comprobado que los debates y reuniones mediante videoconferencias sólo funcionan si los interlocutores se conocen previamente. Lo mismo sucede con el teletrabajo, que se convierte en trabajo en red si los que contactan se conocen y se entrevistan presencialmente con cierta frecuencia, mientras que puede también convertirse en el desempeño de tareas de forma aislada.

Las mujeres innovadoras que han participado en la investigación se muestran muy seguras de sí mismas y se expresan de forma asertiva en relación con las TIC y su utilización. Sin embargo, hemos pedido a las encuestadas (**gráfico 7.6.**) que se pronuncien acerca de esta cuestión y las respuestas recibidas muestran que por el momento no se aprecia de forma directa un efecto de aumento de la seguridad en sí mismas y la autoestima. Sólo el 19% se muestra de acuerdo con la afirmación realizada, porcentaje que sube al 22% en el caso de las empresarias y desciende al 17% entre las profesoras y las profesionales.

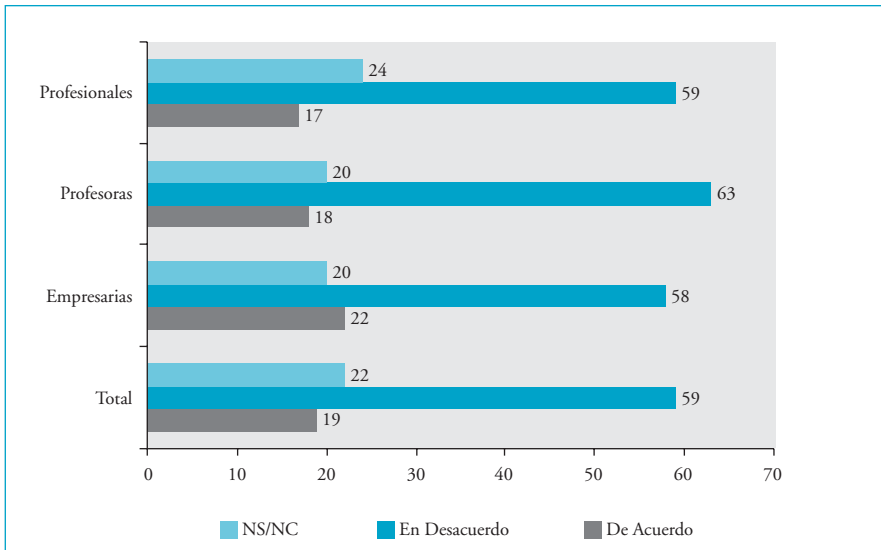
Tampoco ha sido apreciada esta tendencia entre las mujeres jóvenes, tanto estudiantes como programadoras informáticas, en nuestros grupos de discusión.

Sin embargo, las mujeres con más experiencia, las secretarías de dirección, valoran la importancia de establecer redes y asociaciones de mujeres, y las facilidades que ofrece la posibilidad de conectar a través del correo electrónico.

Y mucho más, las informadoras clave entrevistadas en profundidad, que aprecian con rotundidad (aunque con alguna excepción) el efecto de refuerzo de la autoestima y el empoderamiento a través del uso de Internet y el correo electrónico, a pesar de que subsisten importantes barreras al acceso de las mujeres:

- “Todo lo que contribuya a la información, comunicación y proporcione la posibilidad de compartir experiencias es positivo para reforzar la autoestima de las mujeres y en general de cualquier ser humano, especialmente para aquéllos que viven en situación de aislamiento o marginación. El problema es que, como siempre, los individuos más desfavorecidos económica o socialmente son los últimos en tener acceso a las innovaciones de cualquier tipo (...)”
- “Internet puede ser un recurso importante para la vida de las mujeres. En una forma de estar en relación con el mundo y salir de cuatro paredes, aunque a este nivel se tardará más. En problemas personales como maltratos, conflictos en el hogar, con adolescentes, etc., podría ser de gran utilidad. Se trata de un recurso psicológicamente importante (sabes que puedes contar con otras personas). Si se supera este primer tramo (las mujeres tienen que acceder a Internet), esta opción abre muchas posibilidades. A nivel profesional las mujeres ya utilizan Internet y estas mismas mujeres ya están viendo las opciones que aporta en el ámbito personal (...). Para enfrentarte a Internet se necesita equilibrio emocional. No sabría posicionarme respecto a si la red rompe la soledad o, por el contrario, refuerza el aislamiento”.
- “Por supuesto. El controlarlas (las TIC) permite sentirte en igualdad de condiciones con el resto. Es un instrumento de acceso al trabajo y al poder”.
- “En la medida en que (las TIC) aumentan sus posibilidades, creo que sí. El acceso a información ilimitada, comunicación con personas de cualquier punto del planeta, oportunidad de emprender proyectos, etc., contribuyen al crecimiento personal y profesional. Y eso repercute en la autoestima”.

Gráfico 7.6. ¿Compartir los problemas a través de la Red mejora la autoestima?



Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

Recuadro 7.5. Información de género en la Web: el caso de la asociación de mujeres y el periódico Urbana

La **Asociación Urbana** nace en noviembre de 2000 con el objetivo de conseguir avanzar espacios para la igualdad real entre hombres y mujeres, en lo que al plano informativo y de tratamiento de la información en temas de género se refiere. Desde su nacimiento, la asociación se ha centrado en el proyecto de creación de un **periódico de género, Urbana**, aunque también desarrollan otro tipo de servicios de información. En este sentido, cuentan con un fondo bibliográfico y un servicio de biblioteca sobre temas de periodismo y género, así como un servicio de acceso a Internet para usuarios externos al centro.

Si bien el proyecto inicial era el de un periódico en papel impreso con una periodicidad mensual, de difusión gratuita y distribución a nivel provincial, se optó por crear también una versión electrónica (www.urbanacadiz.com) que permitiera eliminar las barreras geográficas, posibilitar el acceso a los contenidos, y el contacto con los autores de la publicación desde cualquier lugar del mundo.

El primer número apareció en mayo de 2002. La versión impresa tiene en la actualidad una tirada de 5.000 ejemplares. Su distribución se realiza fundamentalmente en Administraciones Públicas, centros educativos, universidad, bibliotecas y comercios de Cádiz y los municipios pertenecientes a su Bahía, como San Fernando, El Puerto de Santa María o Puerto Real.

Los miembros de la asociación conforman la plantilla del periódico o son colaboradores habituales. Actualmente, 12 personas trabajan en la edición mensual de la publicación. El perfil profesional dominante es el de un hombre o mujer joven (27-35 años), periodista o que trabaja en el sector de la comunicación (escrita o gráfica) y que está comprometido con la reivindicación de los derechos de la mujer, con los valores de solidaridad y convivencia e integración entre personas de distintas culturas.

Los contenidos del periódico se estructuran en secciones de opinión (editorial, opinión, cartas) e información (reportaje, informe, entrevista, nuevas tecnologías, salud, cultura), todas referidas a temas de interés para las mujeres, que no son tratados habitualmente en los medios de comunicación generalistas, más centrados en asuntos de actualidad. Algunos de los temas publicados han sido "Trabajo e inmigración femenina en España", "Labores domésticas, trabajo invisible", "Violencia de género: el grito de la desigualdad", etc. No obstante, también se dedica especial atención a la actualidad en las secciones 30 días (donde aparecen iniciativas públicas, legislación, informaciones, etc. de temas relacionados con la mujer), así como en la Agenda, con información sobre convocatorias culturales, de ocio y formativas.

El equipamiento de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) con el que cuenta la asociación para realizar el periódico incluye cuatro ordenadores (3 Macintosh y 1 PC), acceso a Internet de alta velocidad y correo electrónico en todos los equipos.

Las TIC permiten agilizar la redacción y producción del periódico. Los usos más frecuentes de Internet para la elaboración del periódico Urbana son la búsqueda de información, así como la utilización del correo electrónico. Éste se ha constituido en una herramienta esencial para intercambiar información con otras entidades y para la recepción de artículos y colaboraciones.

Si bien se trata de una iniciativa muy reciente, el periódico ha conseguido captar la atención más allá de su entorno más próximo y tiene suscriptores de distintas ciudades españolas. Las expectativas de la Asociación Urbana se centran en dar continuidad a la publicación, ampliar sus secciones y conseguir ingresos adicionales mediante publicidad en la red.

3. OPINIONES

Una interesante forma de conocer los retos a que se enfrentan las mujeres innovadoras en plena SI es aproximarnos a ellos de forma indirecta, a través de sus opiniones sobre las relaciones de uno y otro sexo con la SI, con los ordenadores (PC), Internet y el correo electrónico. Esto lo hemos abordado a través de tres preguntas que implicaban definirse acerca de algunas de las opiniones generalizadas que detectamos en la preparación de esta investigación –tanto en la bibliografía y fuentes consultadas como en las entrevistas piloto y en los talleres y paneles de expertos realizados– sobre los usos de las TIC por parte de hombres y mujeres, y para ello se les ha pedido:

1. Que definieran el perfil de las mujeres innovadoras, cómo son estas mujeres.
2. Que opinaran sobre las diferencias de género a la hora de enfrentarse a las TIC:
 - si los usos que realizan hombres y mujeres son diferentes;
 - si las capacidades de uno y otros sexo son también diferentes, es decir, si las mujeres o los hombres se adaptan mejor a los instrumentos y a los requerimientos de la SI;
 - si los hombres manejan los programas de ordenador, correo, Internet, mejor o peor que las mujeres.
3. A partir de la constatación de que el uso de Internet es más bajo entre las mujeres que entre los hombres, se les solicita su opinión sobre las razones por las que muchas, tantas mujeres, no utilizan Internet.

3.1. ¿CÓMO SE VEN A SÍ MISMAS LAS MUJERES INNOVADORAS?

Con el fin de conocer cómo se ven a sí mismas las mujeres a las que nos hemos dirigido en nuestra investigación, les hemos pedido que identifiquen los principales rasgos, los más comunes, de las mujeres innovadoras, que en realidad son ellas mismas.

Hay varios elementos que coinciden en todas las definiciones de perfiles que se nos han suministrado:

- son mujeres activas, que trabajan o estudian;
- son mujeres jóvenes;
- la edad media (más de 45 años) y la dedicación exclusiva al hogar no se asocian, en la opinión de nuestras entrevistadas, con la utilización de los medios de la SI;
- también se asocia preferentemente con zonas urbanas, dada las mayores dificultades de acceso a ordenadores y conexión a Internet en las zonas rurales.

Por ejemplo, entre las más jóvenes –las estudiantes asistentes a nuestro grupo de discusión– algunas definen el perfil de las usuarias de las TIC como mujeres con un nivel cultural medio-alto, trabajadoras y sin hijos. Otras opinan que el rasgo característico de las que usan las TIC es su juventud.

Las programadoras informáticas, también jóvenes, pero con más experiencia laboral, definen el perfil como mujeres jóvenes, con estudios y residentes en zonas urbanas.

Las secretarías de dirección, por su parte, lo identifican con mujeres trabajadoras, sin duda, y más bien jóvenes que mayores.

Entre las entrevistadas también predomina esa definición del perfil de la usuaria típica:

- Empresarias, profesoras, funcionarias, estudiantes, secretarías.
- Mujer que trabaja, en muchos casos profesional o ejecutiva, de clase media.
- De 18 a 45 años, es decir, joven o de mediana edad.
- Se insiste con frecuencia en que han accedido a la utilización del PC –y a partir de ello también al uso de Internet y el correo electrónico– en el trabajo.
- Personas interesadas en “estudiar, prepararse y mantenerse al día”.

Sin embargo, también se aprecia que el perfil de la usuaria típica está cambiando de forma acelerada. Esto es resultado, en gran medida, del aumento del número de usuarias y de la mejora de la proporción en que se reparte entre hombres y mujeres el acceso a Internet. En España, esta proporción se va haciendo más equilibrada en los últimos años. Según datos del EGM, de 75% de hombres y 25% de mujeres en 1996 se ha pasado a una proporción 60% hombres y 40% de mujeres, mientras que en Estados Unidos y en otros países europeos ya casi han alcanzado el 50%-50%. Se aprecian especialmente dos cambios en ese perfil que implican una cierta democratización del mismo:

- Por una parte, el aumento de las posibilidades de acceso por parte de las mujeres rurales y también de las desempleadas, debido especialmente al esfuerzo de las Administraciones Públicas (ayuntamientos, diputaciones, gobiernos autonómicos, programas del gobierno central), como se ha apreciado en los estudios de caso de Cordobesas Enredadas y Jun (ver capítulo 8).
- Por otra, el acceso cada vez más frecuente a través del propio hogar. Se empieza con la compra del ordenador para que lo utilicen los hijos y lo acaba utilizando toda la familia, también las mujeres de mediana edad –las madres– y no sólo las hijas.

Estos cambios en el perfil los definen con mucha claridad nuestras informadoras clave entrevistadas:

- *“Son mujeres que tienen ordenador y acceso a Internet bien en el hogar y/o en el trabajo. Además saben manejar básicamente las herramientas necesarias (navegadores, buscadores, correo electrónico). Suelen ser mujeres de menos de 40 o 45 años, urbanas, con un nivel de estudios medio-alto. Creo que este era el perfil hasta hace poco. Cada vez son más las mujeres del medio rural, con nivel de estudios medio-bajo, que empiezan a aprender a utilizar un ordenador para tratamiento de textos y conexión a Internet. Por un lado, en casi todos los pueblos se realizan cursillos de informática básica a nivel de usuario, a los que principalmente asisten mujeres de menos de 40 años y niños o jóvenes en edad escolar. Por otro lado, hay muchas familias tanto en ciudades como en el medio rural que compran un ordenador para sus hijos, y luego toda la familia, incluyendo la madre, aprende a manejarlo y a conectarse a Internet”.*
- *“Hasta hace muy poco la internauta tipo era una mujer joven, en muchos casos estudiante o recién incorporada al mundo laboral. Ahora, gracias a los nuevos proyectos e iniciativas institucionales y empresariales, cada vez está menos definido ese perfil y es más amplio el rango de edades y de características de las mujeres usuarias. Por ejemplo, hay programas en que las mujeres rurales y las desempleadas empiezan a usar Internet de forma habitual para ampliar sus posibilidades laborales”.*

3.2. DIFERENCIAS ENTRE MUJERES Y HOMBRES

Existen algunas diferencias evidentes en el uso de Internet que realizan uno y otro sexo. La primera es el tiempo que le dedican: las mujeres lo usan con menos frecuencia y menos tiempo de uso en cada ocasión. En el capítulo 2 se presentaban datos del Eurobarómetro (Noviembre 2001) para el conjunto de la Unión Europea, donde uno de cada dos usuarios hombres accede a Internet a diario; eso sólo ocurre en el caso de una de cada tres usuarias. En España (EGM, Abril-Mayo 2002) tres de cada cuatro usuarios varones lo utiliza habitualmente y esto mismo sólo lo hace una de cada tres mujeres. Otra diferencia importante se aprecia en cuanto a los usos concretos (Capítulo 2). Sabemos que, si bien el porcentaje de usuarias que utiliza el correo electrónico es igual al de los usuarios varones, el acceso a la Web tiene ligeramente menos importancia entre las mujeres, mucha menos la transferencia de ficheros y los grupos de discusión, y, por el contrario, la participación en *chats* es algo más frecuente por parte de las mujeres que por parte de los hombres.

¿Cómo se ven a sí mismas las mujeres innovadoras en comparación con los hombres? ¿Qué diferencias aprecian en el uso del PC, Internet y el correo electrónico? En esta investigación nos preguntamos acerca de esas diferencias y del porqué de las mismas.

En nuestra encuesta (Capítulo 4) se ha puesto de manifiesto que las mujeres innovadoras utilizan Internet y el correo electrónico más que sus compañeros de trabajo y amigos varones para ciertos usos (buscar información, comunicar con familiares y amigos); y, por el contrario, lo utilizan menos que ellos para otros usos (ocio, juegos, realización de gestiones, trabajo en red, teletrabajo, teleformación, ayuda a los hijos en los estudios).

También hemos comprobado que algunas de las razones por las que las mujeres no lo utilizan más (limitaciones en el uso de Internet que las mujeres consideran relevantes) son –además de los problemas técnicos por comunicación lenta o inestable o el riesgo de virus– la pérdida de tiempo debido a la sobrecarga de información existente, que ha sido estimado como bastante o muy importante por seis de cada diez encuestadas.

Esto confirma las conclusiones de distintos informes consultados (Pew International, 2000; CPRS News Letters, 2000). Asimismo, en los grupos de discusión y entrevistas con expertas, en talleres de trabajo y paneles, se ha argumentado que las mujeres utilizan menos Internet y el correo electrónico porque no les gusta perder el tiempo:

- No les gusta encontrar tanta información como existe en Internet, que muchas veces no es útil, no es fiable o está desordenada.
- Les interesa más el contenido que la navegación irrelevante.
- No quieren perder el tiempo resolviendo los problemas que las tecnologías puedan plantear, viendo si funciona un programa o una herramienta, es decir, no les interesa tanto conocer el programa como utilizarlo.

También hay hombres con esta misma percepción negativa del tiempo requerido en la utilización de Internet, pero parece que es más frecuente entre mujeres que entre varones, debido a que las mujeres tienen menos interés por las TIC, no están dispuestas a dedicarles mucho tiempo y lo utilizan para fines más prácticos.

En nuestros grupos de discusión, las jóvenes estudiantes opinaban que el hombre está “más enganchado” al ordenador y a Internet (fútbol, juegos en red y páginas de sexo), mientras que las mujeres se interesan más por la información y las compras (ropa, catálogos de muebles, etc.).

Las programadoras informáticas reconocían que los hombres dedican más tiempo a Internet y suelen tener conocimiento de las nuevas versiones de programas y aplicaciones, lo que no implica que conozcan estas herramientas mejor que las mujeres porque la mayoría de las veces no hacen un uso práctico y muchas veces no los saben utilizar. Sólo les sirve para mostrar a los demás que conocen

lo último que ha salido al mercado. Las mujeres suelen utilizar Internet para buscar informaciones concretas. Los hombres pierden mucho tiempo mirando y descargando los nuevos programas que han salido, así como informaciones más relacionadas con sus aficiones (periódicos deportivos, música, películas, páginas de sexo).

De las secretarías de dirección asistentes al grupo, todas opinaban que existe un uso de Internet diferenciado para mujeres y hombres. Los hombres lo utilizan más como entretenimiento, suelen visitar páginas de chistes, noticias deportivas y chats en mayor medida. Sin embargo, las mujeres, una vez que aprenden a utilizar los paquetes informáticos, Internet y el correo electrónico, no solo utilizan más estas herramientas, sino que las utilizan mejor, es decir, extraen de ellas mayor utilidad. Piensan que las mujeres son más constantes y tienen más tesón, con lo cual aprenden mejor que los hombres a utilizar eficientemente los programas.

Con respecto a su propia vida profesional, las secretarías afirman conocer las herramientas de ofimática mejor que sus jefes. La mayoría de éstos tienen más de 40 años, pocos conocimientos informáticos y tampoco están obligados a aprenderlos. Por tanto, son normalmente las secretarías quienes las utilizan por ellos o les enseñan a utilizarlas. Por ejemplo, algunas de las participantes ayudan a sus maridos y a sus jefes a buscar información en la Web.

Insistían en que todavía existen trabajadores, hombres y mujeres también, muy reacios al uso de las TIC. Normalmente, son los trabajadores de mayor edad y de categoría profesional superior que, por ejemplo, siguen imprimiendo documentos en vez de colgarlos en la Intranet. De hecho, opinaban que la Intranet muchas veces está infrautilizada porque se desconfía de colgar documentos en los entornos comunes y se utiliza en exceso el correo electrónico para enviar información.

Entre nuestras informadoras clave entrevistadas, la socióloga que teletrabaja como “auto-empresaria” aportaba un matiz interesante a estas diferencias entre hombres y mujeres. Para ella el uso de Internet por parte de las mujeres es más práctico que el que realizan los hombres porque *“la mujer no tiene una relación de dominio con la máquina, no aspira a cotas de poder”*. Por ello, su uso es más práctico: no pierde el tiempo escudriñando las mil y una posibilidades de los ordenadores, simplemente los utiliza. En la base de esta actitud está el hecho de que la mujer ha tenido que hacer tradicionalmente muchas cosas en poco tiempo, y a partir de ahí se ha generado un sentido más práctico de la vida frente al hombre. Por el contrario, los hombres no se atreven a usar las TIC hasta que no tienen un dominio absoluto del manual de usuario. Otra explicación es, en su opinión, que *“a la mujer no le gusta la tecnología informática”*. Si algunas mujeres han optado por especializarse en TIC y hacer de este campo su ámbito profesional ha sido por

su sentido práctico de la vida (estudiando este tipo de titulaciones el trabajo está garantizado). Asimismo, opina que las mujeres intelectuales tienen mayor rechazo a las TIC que los hombres, ya que *“la mujer es más filosófica para aceptar nuevas cosas y se plantea determinados aspectos que el hombre no se cuestiona”*. No obstante, piensa que el momento actual es un momento de ruptura y que se están eliminando algunos frenos que la mujer tiene, y que la tendencia en el uso de las TIC se invertirá.

3.3. ¿LAS DIFERENCIAS EN EL USO SE EXPLICARÍAN POR DIFERENCIAS EN LOS CONOCIMIENTOS O EN LAS CAPACIDADES DE HOMBRES Y MUJERES?

En nuestras sociedades es sabido que existen numerosos prejuicios y tópicos acerca de una supuesta falta de habilidad de las mujeres para las cuestiones técnicas, que se utiliza como excusa para excluirlas de los puestos de responsabilidad, para pagarles menos que a los hombres por la realización de tareas similares o en los mismos puestos de trabajo y, en definitiva, para considerar de menor importancia todas aquellas actividades, sean domésticas o profesionales, a las que se dedican las mujeres.

Hemos preguntado acerca de estas cuestiones en nuestra encuesta (ver Capítulo 4) y el resultado es que una de cada dos mujeres innovadoras se muestra de acuerdo (una de cada tres en desacuerdo) con que existen prejuicios en este sentido: que existe una creencia generalizada en la sociedad sobre la falta de aptitud de las mujeres frente a las TIC. Sin embargo, cuando se trata de hechos, seis de cada diez encuestadas no está de acuerdo en que las TIC sean difíciles de manejar ni con que los hombres conozcan los programas informáticos mejor que las mujeres. Asimismo, seis de cada diez se manifestaban de acuerdo con que es necesario hacer visibles modelos de mujeres usuarias de TIC como referente a seguir por otras mujeres.

Las respuestas de nuestras entrevistadas acerca de estas cuestiones también son concluyentes: no existen diferencias relacionadas con el género en los conocimientos ni en las capacidades de hombres y mujeres; existen diferencias en las oportunidades:

- *“La utilización de Internet y correo electrónico, como la de cualquier otra herramienta, no depende en absoluto del sexo, sino más bien del nivel de conocimiento o desconocimiento de la herramienta, de las circunstancias personales, y sobre todo de la forma de ser, de organizarse, de trabajar y de comunicarse de cada individuo”.*
- *“La incorporación de los hombres al mundo de los ordenadores ha sido previa y mucho más potenciada que la de la mujer. Además, actualmente, en el sector de la informática y las telecomunicaciones es mayor el porcentaje de hombres”.*

- *“Además ellos pueden contar con más tiempo”.*
- *“No, creo que les gusta más curiosear y conocer el porqué de los programas pero a nivel práctico para su uso normal y diario en el trabajo no los conocen mejor”.*
- *“Las ofertas lúdicas o de ocio que se han desarrollado a lo largo de los primeros años de existencia de Internet se dirigen sobre todo a hombres (...) deporte y juegos on line, que cuentan con un público fundamentalmente masculino, pero también hay otro ejemplo claro: los contenidos pornográficos. Esto está cambiando, y empiezan a multiplicarse los portales de ocio dirigidos a mujeres”.*

Puede existir una cierta sensación de falta de experiencia o miedo al fracaso con las TIC que ha sido apreciada en mujeres muy jóvenes, en adolescentes y estudiantes de secundaria en los Estados Unidos. Algunos estudios (Sadker, M. & Sadker, D., 1994) ponen de manifiesto que muchas chicas estaban tensas a la hora de trabajar con el ordenador porque esperaban fallar en las tareas informáticas; asimismo, interpretaban el fracaso de manera diferente que los chicos, ya que ellas lo atribuían a su propia inadecuación y los chicos a factores de la situación.

Algunas de las estudiantes participantes en los grupos afirmaron ser menos hábiles en el manejo de las tecnologías en comparación con los hombres (hermanos y padres, fundamentalmente), aunque en general piensan que el manejo del ordenador es fácil. Son significativas expresiones como *“Tengo ordenador en mi casa desde hace siete años, y también Internet. Pero Internet en casa sólo lo utilizo para los trabajos y poca cosa más, porque el ordenador siempre se estropea conmigo. Mi hermano está 24 horas con el ordenador y no tiene ningún problema, y conmigo todos son problemas”.*

Por encima de todo se insiste en la idea de que las mujeres son más prácticas en el uso de Internet, al contrario que en nuestra encuesta, donde las opiniones en este sentido se manifestaban muy divididas (de cada tres, una está de acuerdo, otra en desacuerdo y otras no saben o no contestan):

- *“Somos más prácticas en general; por tanto, es posible que también lo seamos en este ámbito cuando lo dominamos”.*
- *“En cierto modo, puede que haya una tendencia a ser más prácticas porque el acceso a Internet es, todavía, más limitado que el de los hombres, y se trata de aprovechar el tiempo”.*
- *“No nos queda más remedio, es una cuestión de tiempo. Las mujeres tenemos dobles/triples/cuádruples jornadas; la mayoría de ellos, no”.*
- *“Las mujeres saben mejor lo que quieren buscar y dónde”. “Tienen ideas más claras respecto a la información que necesitan localizar”.*

Así como en la idea de una mejor capacidad de adaptación de las mujeres a las posibilidades que ofrecen Internet y el correo electrónico:

- *“Probablemente, las mujeres tienen más capacidad de comunicación, por tanto cuando manejan esta tecnología lo tienen más fácil”.*
- *“Es posible que a veces la capacidad de comunicación de hombres y mujeres sea diferente. En general, creo que esto afecta a cuestiones más sentimentales que culturales o profesionales. Internet y el correo electrónico son meras herramientas, y como tales van a ser utilizadas de forma diferente por cada individuo, dependiendo de muchos factores: edad, nivel de estudios y nivel cultural, situación familiar, económica y profesional, sexo, lugar de residencia, etc”.*

3.4. ¿POR QUÉ NO UTILIZAN INTERNET MÁS MUJERES?

El objetivo de esta investigación era saber más acerca de la relación de las mujeres con Internet en el ámbito de Andalucía: cuáles son las barreras que encuentran las mujeres para acceder a Internet y qué oportunidades les ofrece. Puesto que toda investigación tiene limitaciones económicas y temporales muy estrictas –además de las espaciales en este caso– era obvio que no podíamos estudiar a todas las mujeres andaluzas para saber por qué unas utilizaban Internet y otras no lo hacían. El nivel de uso entre las mujeres es tan bajo que las respuestas de la mayoría se agruparían en las casillas no sabe/no contesta.

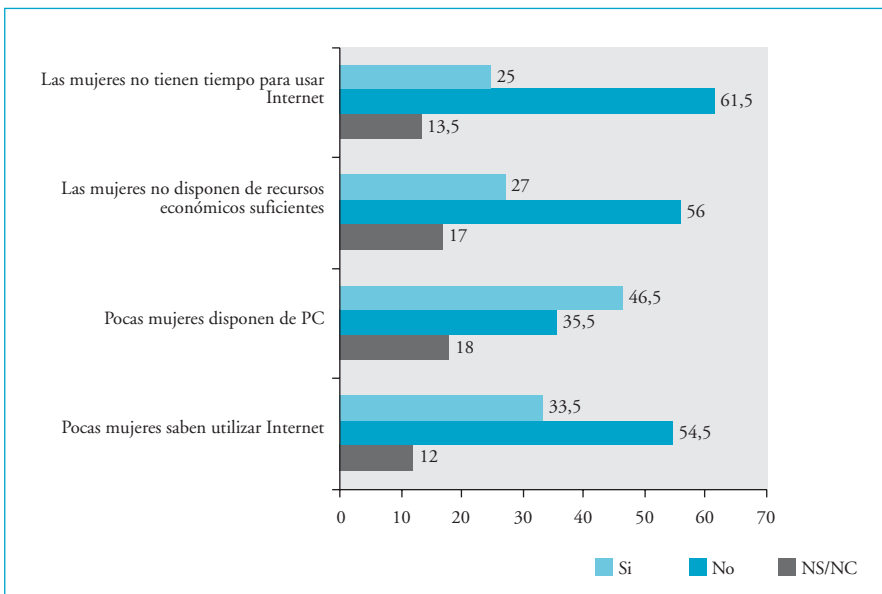
En consecuencia, decidimos analizar la experiencia de las mujeres que a partir de un determinado momento, al menos desde hace un año, decidieron acceder a Internet ellas mismas –no a través de otros– y hoy lo hacen de forma habitual.

A través de las barreras y las oportunidades que ellas habían encontrado, a través de los prejuicios que habían tenido que superar, podíamos reconstruir su experiencia con el fin de hacer visibles sus comportamientos ante las mujeres que no lo utilizan y, de esta manera, estimularlas a hacerlo. Sin embargo, éramos conscientes de que las grandes ausentes de esta investigación son las mujeres que todavía no utilizan Internet y de las que no sabemos por qué no lo hacen.

La única vía para que las mujeres que no utilizan Internet puedan tener su espacio en nuestro estudio es a través de la opinión de las mujeres que sí lo utilizan. Por tanto, les hemos pedido su parecer acerca de una serie de barreras que pueden constituir la razón de por qué otras mujeres, muchas más mujeres, no utilizan Internet. Estas eventuales barreras las detectamos en los trabajos de preparación de esta investigación –consulta de bibliografía y fuentes– y de su trabajo de campo –entrevistas piloto, talleres y paneles con expertas–.

En dichos trabajos preparatorios seleccionamos, por una parte, barreras y dificultades objetivas para el acceso femenino –como, en primer lugar, el hecho de que todavía son pocas las mujeres que utilizan Internet– o problemas específicos de acceso –no disponer de un ordenador o no tener recursos económicos– y de tiempo –por la doble y triple jornada–. Pero también nos preguntábamos acerca de prejuicios ciertamente extendidos como que Internet es cosa de hombres o que el lenguaje informático es complicado para las mujeres. Asimismo, queríamos saber acerca de otras barreras de origen social y familiar. Por ejemplo, es posible que muchas mujeres no sean conscientes de que el uso de Internet les puede resultar útil y es probable que otras muchas cedan su tiempo de ordenador o de Internet a otras personas que insisten más (hijos, maridos, compañeros varones de trabajo o estudios).

Gráfico 7.7. Barreras para otras mujeres para el acceso a Internet y correo electrónico.



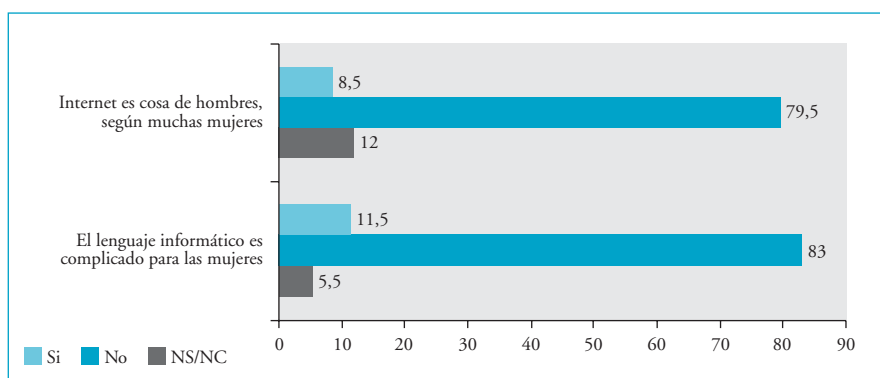
Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

En relación con el primer tipo de barreras que podríamos denominar de hecho (gráfico 7.7.) parece que la más importante es no disponer de ordenador –46%-. No lo es tanto la falta de tiempo, -con la que sólo se muestran de acuerdo el 25% de las mujeres encuestadas-. Tampoco el hecho de que sean pocas las mujeres que utilizan Internet parece constituir una barrera importante para las demás (sólo están de acuerdo el 33%) y tampoco que las mujeres no dispongan de recursos económicos como para utilizarlo (27 %).

Por otra parte las mujeres innovadoras no se muestran sensibles a los prejuicios o tópicos (gráfico 7.8.) acerca de una eventual *tecnofobia* por parte de las mujeres. Nuestras encuestadas se manifiestan abrumadoramente –ocho de cada diez– en contra de la idea de que Internet sea cosa de hombres o que el lenguaje informático sea complicado para ellas.

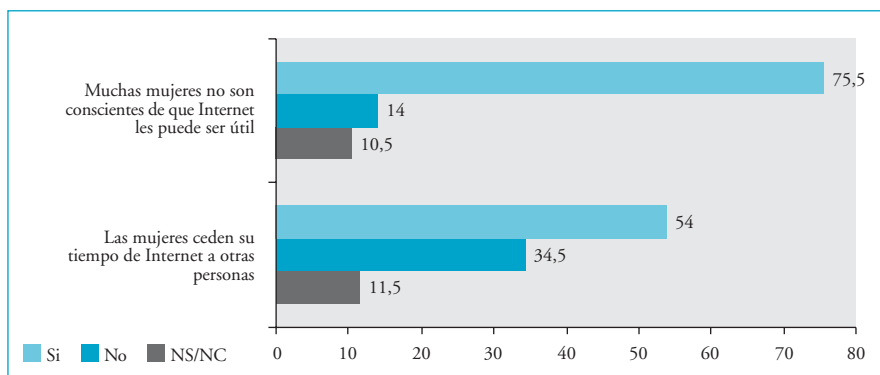
En cuanto a otras barreras de origen social y familiar (gráfico 7.9.), son valoradas con mucha importancia por la mayoría de las mujeres encuestadas: tres de cada cuatro considera que efectivamente muchas mujeres no utilizan Internet porque no son conscientes de las posibilidades que les ofrece, de que puede ser útil para ellas; y una de cada dos también considera que las mujeres ceden su tiempo de ordenador y de acceso a Internet a otras personas.

Gráfico 7.8. Prejuicios que pueden ser barreras para otras mujeres.



Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

Gráfico 7.9. Barreras sociales y familiares al uso Internet por otras mujeres.



Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

Se aprecian ciertas diferencias de importancia en estas valoraciones para los distintos grupos de mujeres (gráfico 7.10.):

- Las empresarias conceden más importancia que las profesoras y las profesionales a las barreras derivadas de que pocas mujeres utilizan todavía Internet, a la falta de tiempo y a la no disponibilidad de un ordenador personal. Sin embargo, los tres grupos muestran su desacuerdo (sólo una de cada cuatro piensa lo contrario) con el argumento de que las mujeres no disponen de recursos económicos y por eso no utilizan Internet.
- Las empresarias y las profesionales conceden bastante más importancia –aunque muy baja– a los tópicos (Internet es cosa de hombres [...] el lenguaje es complicado) que las profesoras.
- Los tres grupos muestran casi el mismo grado de acuerdo con la afirmación de que las mujeres ceden su tiempo de ordenador a otras personas, aunque son las empresarias las que más importancia conceden a que las mujeres no son conscientes de las posibilidades que ofrece Internet.

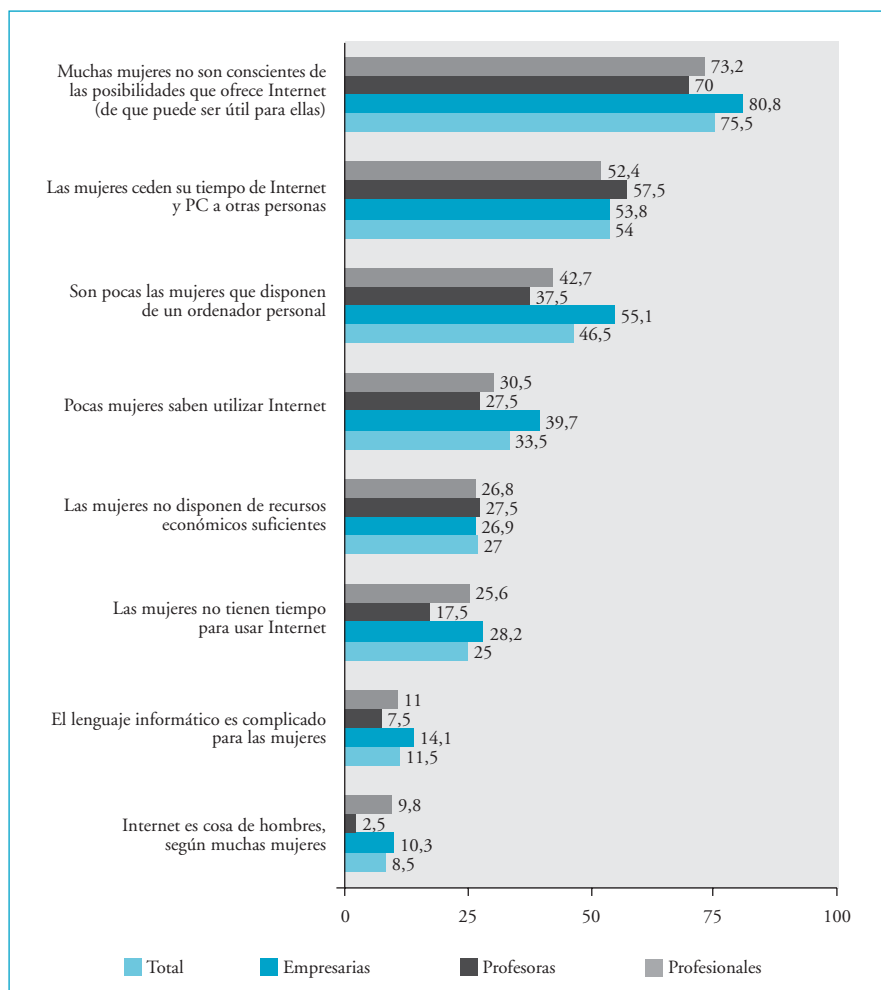
En los grupos de discusión se matizan bastante más estas opiniones. Por ejemplo, a diferencia de los resultados de la Encuesta, las jóvenes estudiantes consideran que la falta de tiempo es la razón fundamental de que las mujeres no utilicen Internet y PC, o que lo utilicen menos que los hombres. Aunque las mujeres trabajen y manejen las TIC, cuando regresan a casa tienen que realizar tareas del hogar (hacer la comida, etc.), mientras los hombres consideran que su jornada laboral es la del trabajo remunerado. Sin embargo, también conceden importancia a la falta de conocimiento sobre Internet, especialmente en los grupos de población de edad más avanzada (en torno a 50 años). Por ejemplo, comentaban que sus madres no se plantean utilizar el PC.

Para las programadoras informáticas la principal razón para no utilizar Internet es el elevado coste de acceso a Internet y también insisten en que desde el mundo rural, sean hombres o mujeres, es más complicado acceder a la sociedad de la información.

Las secretarias de dirección utilizan argumentos que inducen a pensar que no trabajar constituye la principal barrera para otras mujeres: *“Las mujeres no trabajadoras apenas si tienen acceso a las TIC: es caro acceder a las TIC desde el hogar (ordenador, línea telefónica fija, tarifa de acceso a Internet), un gran porcentaje desconoce su manejo y utilidad, disponen de menos tiempo para descubrir e interesarse por las TIC porque la mayor parte de su tiempo lo dedican a las tareas del hogar y a sus responsabilidades familiares”*. Aunque la edad sea quizá el factor más importante para

discriminar entre mujeres que lo utilizan y las que no, ya que en su opinión las generaciones jóvenes utilizan todas Internet. Por último, insisten en que las mujeres utilizan más el PC e Internet en el trabajo que en casa, sobre todo mujeres de edad madura debido a la falta de tiempo libre.

Gráfico 7.10. Barreras que son impedimento para el acceso a Internet y correo electrónico para otras mujeres, según grupos de mujeres.



Fuente: Encuesta Mujeres y sociedad de la información. Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
Base: Total de mujeres encuestadas.

4. CONCLUSIONES

TENDENCIAS

1. La utilización de las TIC (PC, correo electrónico, Internet), ¿contribuye a incrementar la actividad de las mujeres?

Las mujeres encuestadas, usuarias intensivas de las TIC (PC, Internet, correo electrónico), no aprecian de forma clara que dicho uso haya contribuido directamente a su participación económica y laboral por la vía de la creación de empresas o de la obtención de empleo. Sin embargo, se aprecian indicios favorables desde el punto de vista de la ampliación de la empresa y el mantenimiento del empleo. Asimismo, para otras mujeres ha supuesto *“encontrar trabajo en la primera entrevista”, “cambiar de empresa”, “poder trabajar como profesional independiente”, “realizar mi trabajo desde cualquier lugar”*.

También se valora muy positivamente la contribución de Internet y el correo electrónico para el establecimiento de contactos profesionales, creación de redes, asociaciones; para las más jóvenes (estudiantes, informáticas) constituye una de sus herramientas principales para buscar empleo. En general, las mujeres innovadoras tienen una percepción muy positiva de los cambios de la actividad femenina por el uso de las TIC: permiten trabajar a mujeres que no podían hacerlo, les hace estar más informadas y ser más creativas, y contribuye a que la gente se comunique más entre sí.

2. ¿Contribuye a la reducción de la discriminación de género?

Las mujeres innovadoras usuarias de Internet se sienten cómodas con las TIC. No consideran que el lenguaje utilizado en la red sea masculino ni se haya elaborado pensando en un usuario varón. Sin embargo, opinan que la discriminación es intensa en los sectores de TIC, porque los hombres todavía prefieren hablar entre ellos antes que con colegas de sexo femenino.

El efecto de reducción de la discriminación que se aprecia con más claridad es que el trabajo de las mujeres se hace más visible y ello contribuye a mejorar su posición. Este aspecto es mucho más valorado por las mujeres con más edad y experiencia profesional, que insisten en que en las comunicaciones a través de Internet los atributos físicos se difuminan y ello lleva a primer plano los resultados, la eficacia en el trabajo y aminora las posibilidades de actitudes sexistas.

3. ¿Las mujeres son mano de obra más flexible que los hombres?

Sabemos que las mujeres son mano de obra más flexible que los hombres, por formación, tipos de contrato, capacidad de comunicación y otros atributos personales. Pero, además, son conscientes de ello y lo valoran positivamente: tanto las encuestadas como las entrevistadas se han mostrado más identificadas con los efectos positivos de la flexibilidad del empleo (creación de puestos de trabajo, posibilidades de promoción) que con los más negativos (precariedad).

ACTITUDES

4. ¿Qué esperan de Internet las mujeres?

Las expectativas de las mujeres innovadoras ante la SI son positivas e, incluso, se puede afirmar que muy positivas: abre nuevas y mejores posibilidades de futuro profesional, ayuda en los estudios, permite obtener todo tipo de información de manera fácil y rápida, conectarse y comunicarse. Por el contrario, parecen menos proclives a visiones más negativas de la SI, como por ejemplo la de que si no se es capaz de utilizar Internet se accederá a los empleos peores, o que las personas que lo utilizan son menos comunicativas, aunque esto preocupa especialmente a las mujeres más maduras y mucho menos a las más jóvenes.

También esperan avances que les sean favorables en varios aspectos:

- Democratización del acceso a las TIC (especialmente Internet) siempre que se reduzcan los costes de instalación y uso, y se incrementen los puestos públicos de acceso.
- Mejora de los contenidos (calidad, abundancia) sin que se imponga ningún tipo de censura (empresarial, política, religiosa o moral).
- Feminización de la red.

5. ¿Qué es lo que buscan y no encuentran en Internet?

Son muchos los servicios que las mujeres desearían encontrar en Internet, pero se pueden resumir en tres:

- Quieren que realmente les facilite tanto las tareas domésticas como las profesionales (trámites administrativos, compra, formación), y, de esta manera, combinar más fácilmente unas y otras.
- Buscan información y no les satisface lo que encuentran. Quieren que la información sea mejor en todos los sentidos (calidad, fiabilidad, organización, seguridad).

- Quieren comprar pero no lo consiguen. Quieren que realmente sea posible comprar por Internet o por correo electrónico; que no fallen las conexiones, y que los sistemas de pago sean más seguros.

OPINIONES

6. ¿Qué visión tienen las usuarias de Internet acerca de las usuarias de Internet?

Hay tres características de la usuaria típica de Internet que coinciden en la opinión de las mujeres que han participado en nuestra investigación:

- Mujeres activas, que trabajan remuneradamente (empresarias, profesoras, funcionarias, secretarías) y, en menor medida, estudiantes.
- Mujeres jóvenes (menos de 40-45 años).
- Mujeres urbanas.

Condiciones como ser ama de casa, tener más de 45 años o vivir en un entorno rural (municipio de menos de 20.000 habitantes) parecen reducir las probabilidades de acceder a las TIC y determinan cuáles son los colectivos sobre los que más se debería incidir a la hora de difundir los medios de la SI.

Otras características que también aparecen con frecuencia son las relativas al nivel cultural –medio-alto– o al hecho de no tener hijos.

7. ¿Existen diferencias de género a la hora de utilizar Internet?

Las encuestas generales (Eurobarómetro, EGM) muestran que las mujeres utilizan el PC e Internet con menos frecuencia que los hombres y con periodos de utilización más cortos.

Las mujeres que han participado en nuestra investigación –todas ellas usuarias de Internet– nos dicen que ellas lo utilizan más que sus compañeros varones para buscar información y para relaciones con amigos y familiares, mientras que lo utilizan menos que ellos para realizar gestiones, trabajar en red o teletrabajar, ocio y juegos y ayuda a los hijos con las tareas.

8. ¿Cuál es la razón de que algunas mujeres lo utilicen menos que los hombres?

No les gusta perder el tiempo buscando información desordenada ni aprendiendo nuevas versiones de programas. No necesitan dominar la máquina ni la técnica, en este caso, el programa. Ellas quieren que los programas funcionen solos y funcionen bien, probablemente por un sentido práctico y porque tienen menos tiempo que los hombres.

Sin embargo, afirman que las mujeres, cuando conocen los programas, los utilizan mejor que los hombres que, aunque los dominen, sólo lo hacen para demostrar que tienen la última versión, aunque no tengan muy claro para qué utilizarla.

9. Las diferencias de uso ¿son atribuibles a diferencias de género en cuanto a conocimientos y capacidades?

Nuestras mujeres consideran que no existen diferencias en conocimientos ni en capacidades, sino en oportunidades (los hombres tienen más tiempo; el entorno TIC es masculino; se ofrecen más productos y servicios para hombres que para mujeres).

Las supuestas diferencias pueden estar basadas en prejuicios, que rechazan con rotundidad:

- Las TIC no son difíciles de manejar para las mujeres.
- Los hombres no conocen los programas mejor que las mujeres.
- Por eso es necesario hacer visibles modelos de mujeres usuarias que sirvan como estereotipo positivo a otras mujeres.

Por el contrario, afirman que las mujeres son más prácticas, y se adaptan mejor a Internet y al correo electrónico porque tienen más capacidad de comunicación que los hombres.

10. Si las cosas son así, ¿por qué no utilizan Internet muchas más mujeres?

Entre las barreras de hecho sólo es valorada de forma relevante la derivada de la escasez de puntos de acceso, es decir, no disponer de un ordenador y una conexión. En cambio, no se considera de forma clara que la escasez de tiempo o de recursos económicos pueda constituir un impedimento para las mujeres.

Por el contrario, las barreras culturales, sociales y familiares tienen una gran influencia, porque muchas mujeres no son conscientes de los beneficios que les puede reportar el uso de Internet y ceden su tiempo de ordenador a otras personas (hijos, maridos, compañeros de trabajo).

Asimismo, los prejuicios que tratan de minusvalorar las aptitudes de las mujeres son claramente rechazados por las usuarias de Internet que han colaborado en nuestra investigación. Según ellas, no existe una *tecnofobia* femenina, el lenguaje informático no es complicado para las mujeres y tampoco Internet es una cosa de hombres.

En definitiva, la barrera más importante se encuentra en que tienen más difícil que los hombres el acceso al PC y, probablemente por ello, no son suficientemente conscientes de que utilizarlo y acceder a Internet les puede resultar muy favorable.

Probablemente, esa barrera se acrecienta en el caso de las mujeres inactivas (amas de casa) que tienen menos posibilidades de aprender a utilizar las TIC, incluso en el caso de que dispongan de ellas en el hogar.

Finalmente, por tanto, parece que hoy por hoy no trabajar en un empleo remunerado es la principal barrera para el acceso a las TIC, como para tantas otras cosas.

**Las Administraciones
Públicas como mediadoras
entre la sociedad de la información
y las mujeres en Andalucía**

1. INTRODUCCIÓN

Las Administraciones Públicas pueden y deben desempeñar un papel importante para facilitar a las mujeres el acceso y uso de las TIC, y contribuir a que la relación entre la SI y las mujeres sea cada vez más fluida. Con este fin, desarrollan proyectos de formación y empleo en relación con las TIC, contando en muchas ocasiones con la colaboración de asociaciones, fundaciones, sindicatos u otros organismos de carácter privado. A través de estos proyectos y de sus páginas Web, diversos organismos públicos ofrecen servicios para que las mujeres participen en las TIC y puedan acceder a información, formación y orientación en relación con el empleo.

La mayor parte de estos proyectos se desarrollan en cooperación con otros países de la UE y se inscriben en Iniciativas Comunitarias como Empleo-NOW (1994-1999) o EQUAL (2000-2006), o bien en el Marco Comunitario de Apoyo (2000-2006). Su principal fuente de recursos es el Fondo Social Europeo (FSE), que financia medidas destinadas al empleo, la formación y la orientación profesional.

1. **NOW** era una de las cuatro Iniciativas Comunitarias de Empleo del periodo 1994-1999: *Youthstart*, *Adapt*, *Horizon* y **NOW**, cuyo fin era superar las discriminaciones en el mercado laboral. Cada una de estas Iniciativas se destinaba a un colectivo específico. *Youthstart* se encargaba de promover y crear empleo para jóvenes en riesgo de exclusión social; *Adapt* se destinaba a "contribuir a la adaptación de los trabajadores a las transformaciones industriales y mejorar el mercado de trabajo"¹; *Horizon* se ocupaba de aumentar las posibilidades de colocación de las personas con discapacidad; y **NOW** se centraba en la mejora de las oportunidades de las mujeres en el mercado laboral.
2. **EQUAL** es una iniciativa comunitaria que aborda la discriminación en el mercado laboral con un enfoque transversal, a diferencia de la especificidad que caracterizaba a las Iniciativas Comunitarias de Empleo del período anterior (1994-1999). Los proyectos que se enmarcan en la Iniciativa **EQUAL** (2000-2006) parten de "una perspectiva integrada en el tratamiento de las problemáticas de desigualdad o discriminación en relación con el mercado de trabajo del territorio o sector, concentrando las actuaciones en aquellos grupos que se vean más afectados por dichas situaciones"². De esta forma, la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres ha de incorporarse de manera transversal a las diferentes

1. <http://www.mtas.es/UAFSE/es> (2002).

2. Ídem.

políticas, siendo un "principio horizontal que debe ser contemplado en todos los proyectos EQUAL y en todas sus fases"³. Sin embargo, esto no impide que se puedan seguir llevando a cabo acciones y proyectos destinados exclusivamente a las mujeres, pues "si las circunstancias lo justifican, podrán tener por objeto principal alguno de los grupos específicos que sufren discriminación o desigualdad". Es más, los proyectos EQUAL han de responder a una de las seis áreas temáticas que se ordenan en cuatro ejes o pilares básicos, entre los cuales se encuentra el de la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres (Pilar IV).

3. Otros proyectos que promueven la igualdad de oportunidades en el mercado laboral parten de los **Marcos Comunitarios de Apoyo (MCA)**, que se articulan en Programas Operativos de carácter plurianual y se financian mediante los Fondos Estructurales (uno de los cuales es el Fondo Social Europeo). En este capítulo, vamos a centrarnos en los que corresponden al período 2000-2006, en el que se tratan de manera transversal tanto la igualdad de oportunidades como el fomento del uso de las TIC y la promoción de la SI.

A partir del año 2000, la igualdad de oportunidades ha de afectar a todas las medidas y programas, de acuerdo con el principio de "transversalidad" (traducción española de *mainstreaming*), si bien esto no impide que se sigan desarrollando proyectos destinados a grupos específicos. Así lo indica el Marco Comunitario de Apoyo 2000-2006:

"La estrategia de desarrollo propuesta incorpora la igualdad entre hombres y mujeres como factor integrador en todas las áreas de intervención y especialmente en la estrategia de empleo, lo que confiere a esa política de igualdad un carácter horizontal. Sin embargo, este carácter no excluye las acciones específicas en favor de la igualdad de oportunidades en la medida en que las acciones generales no permiten necesariamente eliminar todos los obstáculos que se oponen a una dinámica paritaria"⁴.

También la sociedad de la información se incorpora como un objetivo transversal a partir de la Cumbre de Lisboa (23 y 24 de marzo de 2000)⁵. Esta perspectiva de transversalidad está impregnando las políticas que se desarrollan desde el año 2000 y, por tanto, afecta a los proyectos EQUAL y a los que se llevan a cabo a partir de Programas Operativos de los MCA.

3. <http://www.mtas.es/UAFSE/es> (2002).

4. Comisión Europea: Marco Comunitario de Apoyo (2000-2006) para las regiones españolas del Objetivo 1. En <http://europa.eu.int>.

5. Ídem.

La mayoría de los proyectos que vamos a analizar en este capítulo trata de manera específica las necesidades y demandas de las mujeres de cara al mercado laboral en relación con las TIC, ya sea partiendo de políticas específicas como de políticas transversales. La combinación de ambos tipos de políticas es destacada por la Diputación de Málaga de la siguiente manera:

"Las políticas transversales no suplantán a las políticas y medidas específicas en favor de las mujeres, sino que deben continuar complementando, aportando y enriqueciendo la nueva estrategia para conseguir el mismo objetivo"⁶, que es la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres.

A continuación, se van a analizar los proyectos relacionados con las TIC y el teletrabajo en Andalucía destinados a mujeres y desarrollados a partir de 1998.

2. LOS PROYECTOS NOW DEDICADOS A LAS TIC O AL TELETRABAJO EN ANDALUCÍA

Los proyectos NOW (*New Opportunities for Women*) se enmarcan en las Iniciativas Comunitarias de Empleo que se llevaron a cabo entre 1994 y 1999. Su fin era fomentar la igualdad de oportunidades para las mujeres en el mercado laboral, desarrollando medidas de formación profesional y apoyo al acceso a empleos y a puestos de dirección, así como la creación de pequeñas empresas y cooperativas de mujeres. Estos proyectos se ponían en marcha bajo la responsabilidad de una entidad pública y con participación pública y/o privada. El Fondo Social Europeo financiaba entre el 75% y el 50% del total del proyecto⁷.

En Andalucía, en los años 1998 y 1999, se desarrollaron 44 proyectos NOW, de los cuales 13 hacían referencia explícita a las TIC y al teletrabajo, y 9 se destinaban exclusivamente a estas actividades. El resto de los proyectos que hacían explícitas las opciones profesionales que querían fomentar entre las mujeres, se destinaron a los "nuevos yacimientos de empleo", en los que se incluían los siguientes: medio ambiente, turismo rural, forestación, cultivos experimentales y servicios de proximidad.

El Instituto Andaluz de la Mujer y la Consejería de Trabajo (actualmente, Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico) son las entidades responsables de

6. <http://www.dipumalaga.org/institucion/transversalidad/transversalidad.html>.

7. <http://www.mtas.es/UAFSE/es/iniciats9499.htm> (2002).

la mayoría de los proyectos NOW relacionados con el teletrabajo o con las TIC en Andalucía. Entre los dedicados a formación, se destinaron más esfuerzos a los nuevos yacimientos de empleo (34,5%), al turismo rural (17%) y a otros capítulos formativos (34,5%) que a las TIC (7%) y el teletrabajo (7%)⁸, si bien algunas veces las TIC se incluían entre los nuevos yacimientos de empleo⁹.

La distribución provincial de los proyectos NOW 1998-99 dedicados al teletrabajo y/o las TIC es la siguiente: Sevilla es la provincia que se benefició de más proyectos (9), seguida de Huelva, Granada y Cádiz (en cada una de las cuales se destinaron 7 proyectos). En Córdoba, Jaén y Málaga se realizaron 6 proyectos en cada una y en Almería, 5. Los cinco proyectos dedicados a las TIC y/o al teletrabajo desarrollados en Almería estaban destinados a la totalidad de la región andaluza, sin que se diseñara ninguno exclusivamente para esta provincia.

Uno de los proyectos sobre teletrabajo en Andalucía es Nuevas Trabajadoras (ver **cuadro 8.1.**) desarrollado a través de la Junta de Andalucía y el Centro Europeo de Empresas e Innovación EUROCEI entre 1998 y 1999. Se inició con una investigación que descubrió un nivel muy bajo de conocimiento y de interés en el teletrabajo por parte de la mayoría de las empresas y de las mujeres andaluzas. En vista de estos resultados, las acciones posteriores trataron de formar e informar sobre esta nueva forma de trabajo, poniendo en marcha experiencias piloto (en las que participaron mujeres y empresas) y definiendo nuevos perfiles profesionales susceptibles de ser desarrollados mediante el teletrabajo.

Dado que el teletrabajo presenta nuevas características y condiciones que no se encuentran reguladas, el proyecto Nuevas Trabajadoras trató también de establecer un marco jurídico, por lo que se organizaron las Jornadas Jurídicas sobre Teletrabajo (26 nov. 1998). En ellas, se debatieron aspectos como los siguientes: tiempos de trabajo (horario, jornada, etc.); el poder de decisión del empresariado frente a la inviolabilidad de domicilio del trabajador, la prevención de riesgos laborales; la propiedad y explotación de equipos y sistemas de comunicación, y el aumento de la economía sumergida debido a la ausencia de los sistemas de control tradicionales (centro de trabajo, locales comerciales y autorizaciones administrativas)¹⁰.

8. Osuna, J., Rodríguez, P. y M. Sánchez-Apellániz (1999): Dictamen "Las Mujeres y el mercado de trabajo en Andalucía", Instituto de Desarrollo Regional, Sevilla.

9. En cuatro de los proyectos NOW destinados a los nuevos yacimientos de empleo, las TIC son consideradas como uno de éstos.

10. "Presentación proyecto Nuevas Trabajadoras, Iniciativa Comunitaria NOW", en Foro Andaluz: "Las tecnologías a favor de la igualdad y el empleo", Palacio de Exposiciones y Congresos, Granada 29-30 junio 2000 (ponencias e intervenciones).

2.1. OBJETIVOS Y CONTENIDOS DE LOS PROYECTOS NOW ANALIZADOS

La formación era el objetivo principal de la mayoría (7) de los 13 proyectos NOW desarrollados en Andalucía que hacían referencia a las TIC o al teletrabajo; tres de ellos se destinaron a formación, orientación, asesoramiento y empleo; dos de ellos indicaban como fin principal la creación de puestos de trabajo y apoyo a la iniciativa empresarial, y uno se dedicaba a la divulgación de información y acciones de sensibilización. La formación ha sido, pues, el objetivo principal de la mayor parte de estos proyectos, que deberían ser complementados con más acciones destinadas a la creación de puestos de trabajo y apoyo a la creación de empresas para las mujeres que ya se han formado en las TIC o el teletrabajo.

De los proyectos NOW dedicados a las TIC y desarrollados en Andalucía, sólo *Conéctate al Empleo* señalaba la divulgación de la información y la sensibilización en las TIC y el teletrabajo como uno de sus objetivos principales. Este proyecto se puso en marcha en todas las provincias andaluzas en 1998, ofreciendo formación en TIC y tratando de ampliar las opciones profesionales de las mujeres para facilitar su acceso al mercado laboral. Desde este proyecto se creó una Guía de Recursos para el Empleo en Internet y un Centro de Recursos dirigido a personas o entidades promotoras de proyectos NOW en Andalucía, con la intención de hacer más accesible a las mujeres el trabajo a través de las TIC.

La divulgación y las acciones de sensibilización resultan necesarias por varias razones. En primer lugar, permiten informar a las mujeres y mostrarles un abanico de posibilidades laborales más amplio. De esta manera, las TIC se pueden presentar como un campo al que las mujeres también pueden aspirar profesionalmente, teniendo en cuenta que se trata de un sector emergente en nuestra sociedad. En segundo lugar, es necesario desarrollar acciones de sensibilización para promover un cambio de actitud en el empresariado (mayoritariamente masculino). Sensibilizando al empresariado, se pretende favorecer la contratación de mujeres y la disminución de discriminación en un mercado laboral donde la tasa de desempleo femenino duplica a la masculina, la mayor parte de los puestos de responsabilidad están ocupados por hombres y los salarios femeninos son en torno a un 70% de los masculinos.

Además de los fines destacados (formación-orientación; creación de puestos de trabajo y apoyo a la iniciativa empresarial; y divulgación y sensibilización), que aparecían como objetivo principal de cada proyecto, se indicaban otros, como el apoyo a la creación de contactos y redes entre trabajadoras, empresarias y emprendedoras, y el asesoramiento y apoyo a la creación de nuevas empresas de mujeres. La creación de redes y contactos se logró llevar a cabo en proyectos como

Telebalance (ver recuadro 8.1.), a partir del cual se constituyó la asociación de emprendedoras para el fomento de las TIC *Liderared* (recuadro 8.2.). Ejemplos como éste ilustran la importancia de las redes de mujeres, que facilitan el conocimiento y el aprendizaje mutuo, así como el diálogo sobre problemas laborales comunes (barreras a la inserción y a la promoción, acoso sexual, reparto equitativo del trabajo doméstico y el empleo, etc.). A partir de este diálogo y del contacto entre trabajadoras y empresarias, las mujeres pueden desarrollar estrategias comunes para enfrentarse a las discriminaciones en el mundo del trabajo y favorecer el empleo femenino.

Otro de los proyectos que trató de facilitar la creación de redes y contactos es la Red Gea. Éste nació del proyecto "Mujeres para una Europa ecológica" en el marco del "Programa de Acción de la Unión para la Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres", y comenzó en enero de 1998, aunque España se incorporó a finales de 1999. Como todos los proyectos NOW, tenía un carácter transnacional, siendo los países implicados Alemania, Austria, Italia y España. GEA son las siglas de *Girls & Ecology & Action*, que se ha traducido como Mujeres Jóvenes para una Europa Ecológica. Las propuestas que ofreció esta red en el *Foro Andaluz de las Tecnologías a Favor de la Igualdad y el Empleo*¹¹ son las siguientes:

- Facilitar el acceso de las mujeres jóvenes al mundo de las ciencias, la tecnología y la ecología, aumentando sus oportunidades en el mercado de trabajo.
- Coordinar el intercambio de experiencias entre mujeres que trabajan con jóvenes en escuelas y tiempo libre, para estimular su interés por los temas ecológicos y técnicos, y la búsqueda de nuevos desarrollos para el empleo. Vincular a profesionales, expertas que trabajan en centros juveniles y escuelas con colegas provenientes de asociaciones ecologistas, universidades, Administraciones y empresas.
- Crear un lobby con influencia en el ámbito internacional para promocionar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres jóvenes, así como la participación de las mujeres en los procesos de toma de decisiones políticas y profesionales.

En estas propuestas se plasmaba de alguna manera el potencial que puede tener la creación de redes de mujeres en el terreno formativo y laboral.

La Red Gea llegó a crear su propio espacio en la red (www.geanet.net), en la que se ofrece información, la revista GEA-Magazin (cuyo último número se editó en junio de 2001) y un material didáctico sobre ecotécnica. Además, en España, se

11. VVAA. (2000): *Foro andaluz de las tecnologías a favor de la igualdad y el empleo*, Granada 29-30 junio 2000, Ponencias e intervenciones.

desarrollaron acciones de formación para formadoras con el objetivo de que éstas actúen como "multiplicadoras" al dar cursos, a su vez, a otras mujeres. Aunque no se llegaron a diseñar acciones para que estas formadoras impartieran cursos, sí se elaboró un material de autoformación multimedia para empresarias y emprendedoras de las áreas rurales. Se trataba de unos CD interactivos que contienen cursos, con la posibilidad de realizar tutorías por teléfono y por Internet. Si bien la distribución de un material interactivo en áreas rurales puede potenciar el uso de las TIC en estas áreas, plantea dificultades cuando se desconocen las posibilidades de las beneficiarias para acceder a ordenadores en los que puedan utilizar los CD. Puede ocurrir que, en determinadas zonas rurales, las mujeres tengan escasas posibilidades de acceder a las TIC.

En caso de que las mujeres tengan dificultades de acceso a las infraestructuras necesarias para trabajar o formarse a través de las TIC, este tipo de proyectos se puede complementar con otros que proporcionen locales públicos con ordenadores, módem y conexión a Internet. Un proyecto que comprende tanto la formación y el teletrabajo como el acceso a las infraestructuras que permiten desarrollarlo es el del Centro de Teletrabajo del Parque Tecnológico de Andalucía. Sería interesante desarrollar proyectos de este tipo, de manera que haya más zonas rurales en las que las Administraciones Públicas faciliten el acceso de las mujeres a las TIC.

Otro de los fines mencionados en algunos de los proyectos NOW es el asesoramiento y apoyo a la creación de nuevas empresas de mujeres, respondiendo a un intento de paliar el alto nivel de desempleo y la escasez de tejido empresarial femenino. Este tipo de medidas puede fomentar no sólo el autoempleo femenino, sino también que las empresarias contraten a otras mujeres y les proporcionen unas condiciones laborales más acordes con sus intereses. En buena parte de los proyectos NOW, los esfuerzos se destinaban al apoyo a la creación de empresas de pequeño tamaño por parte de mujeres (como el proyecto Euroemprender en Femenino, la Aldea global de las microempresas), pues las pequeñas empresas son precisamente las que crean más empleo. Asimismo, la Iniciativa NOW consideraba entre sus objetivos tanto el empleo por cuenta ajena como el autoempleo femenino, tratando así de actuar sobre las elevadas tasas de desempleo femenino.

Recuadro 8.1. Formación Integral a través de Internet: el caso de Telebalance

A principios de 1998, se inicia en Sevilla el itinerario formativo para mujeres Telebalance, promovido por la Fundación Directa y enmarcado dentro de la iniciativa comunitaria NOW. Telebalance, que se desarrolló durante dos años (1998-1999), tenía como objetivo promover una participación más equitativa de las mujeres en los niveles directivos de empresas e instituciones públicas, y el establecimiento de nuevos estilos de liderazgo. El aprendizaje del uso de las TIC se integró en todo el proceso formativo debido a su papel crucial como instrumentos facilitadores para el desarrollo y el crecimiento en la actual SI.

Las acciones desarrolladas se clasificaron en tres ejes centrales:

- a) **Proceso de acompañamiento:** Se trabajó con un grupo de 64 mujeres a las que se les dio asesoramiento en su desarrollo de carrera, formación en la creación de empresas y en la utilización de las TIC, y se les realizó un seguimiento individualizado, derivando las consultas específicas de cada tema a la correspondiente experta de las nueve tutoras existentes.
- b) **Desarrollo de instrumentos tecnológicos:** Se creó una página Web de Telebalance (www.fundaciondirecta.org/QueHacemos/Telebalance), que contenía: información sobre la Fundación Directa y el proyecto Telebalance; acceso a las teletutorías; foros de debate; chats; bases de datos y páginas personales de las usuarias; información sobre bibliografía, vínculos de interés y otros servicios; y un resumen de la *Guía de autouso de desarrollo de carrera*.
- c) **Desarrollo de instrumentos formativos:** Se impartieron 13 módulos de 25 horas presenciales cada uno complementados con teletutorías y tutorías presenciales. Los módulos impartidos se clasifican en tres grandes áreas formativas: Habilidades Directivas, Tecnología, y Gestión y Organización de empresas. Asimismo, se desarrollaron cinco foros temáticos de información y sensibilización.

De las 64 usuarias de Telebalance, todas participaron en el diagnóstico formativo y profesional, 62 participaron en la formación en habilidades directivas, 42 en formación en tecnología, 32 en los cursos de gestión empresarial y sólo 30 en las actividades de uso activo de la tecnología.

El perfil tipo de las beneficiarias directas de Telebalance era el de una mujer de 31 a 35 años (65,6%) con estudios universitarios (90,6%) que participa en el proyecto para reciclar su formación con planteamientos nuevos (liderazgo, perspectiva de género, TIC) y con la perspectiva de crear su propio proyecto de empresa.

Respecto a los beneficios profesionales que Telebalance les ha aportado, muchas de las entrevistadas manifiestan que fueron las primeras acciones formativas que orientaban su formación académica hacia el mundo de la empresa, valorando muy positivamente el ejercicio práctico de elaboración del proyecto de empresa y el aprendizaje de las pautas o etapas en la planificación de cualquier proyecto empresarial, independientemente de la envergadura de éste.

Desde el punto de vista del uso de las TIC como un elemento fundamental en la metodología, para muchas supuso el primer paso en el acercamiento a lo que es hoy una herramienta básica en su desarrollo profesional y personal. En el ámbito personal, señalan que Telebalance contribuyó a su "enriquecimiento como mujeres, debido al apoyo mutuo de las tutoras, promotoras y de todas las compañeras".

2.2. LAS BENEFICIARIAS DE LOS PROYECTOS NOW EN ANDALUCÍA

Las beneficiarias de los Proyectos NOW analizados eran, en la mayoría de los casos, mujeres desempleadas. También se destinaban proyectos a empresarias o emprendedoras (como el proyecto Recursos para emprendedoras), a mujeres pertenecientes a áreas rurales (como la Red Gea) y a universitarias o licenciadas (Univertecna).

Univertecna comenzó como un proyecto NOW para desempleadas con formación universitaria (licenciadas o no), particularmente de carreras técnicas (en las que las mujeres se encuentran infrarrepresentadas). Este proyecto fue promovido por el Instituto de la Mujer en colaboración con las Universidades de Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga y Sevilla, con el objetivo de aumentar la formación de las mujeres para facilitar su acceso al empleo. Las unidades de orientación que se incluían transcendían lo exclusivamente técnico, pues además de formar en TIC e incluir idiomas, enseñaban habilidades sociales, también importantes para la inserción laboral y las relaciones de trabajo. Asimismo, el proyecto incluía viajes de investigación a países de la UE y un foro de transferencias tecnológicas.

Las mujeres rurales constituían otro colectivo específico al que se destinaban algunos de los proyectos NOW. Un ejemplo de proyecto para mujeres rurales es la Red GEA, comentada en el apartado anterior. En un principio sus beneficiarias eran mujeres jóvenes (no necesariamente procedentes de áreas rurales), pues se planteó como una red europea para el apoyo e intercambio de experiencias entre universidades, asociaciones, empresas, organizaciones e instituciones de la UE que trabajan en educación y formación, con el fin de reforzar la participación de las jóvenes en ámbitos de medio ambiente y tecnologías. Para facilitar este intercambio de experiencias y facilitar la creación de la red, se creó una página Web¹². Finalmente, la Red Gea se centró en acciones formativas por medio de soportes interactivos para empresarias y emprendedoras de áreas rurales, y en cursos para formadoras con el fin de que éstas pudieran multiplicar los efectos de esta formación al impartirla a otras mujeres.

El resto de los proyectos NOW relacionados con las TIC y el teletrabajo que especificaban el perfil de sus beneficiarias se destinaron a mujeres desempleadas con cierta formación en ofimática (como Nuevas Trabajadoras), a empresarias, autónomas o emprendedoras (como Recursos para Emprendedoras), y a grupos y asociaciones de mujeres (como Innova).

12. En España: <http://www.geanet.net>; en el ámbito internacional: <http://www.bbijn.net>.

Cuadro 8.1. Proyectos NOW en Andalucía (1998-2000)

Nombre proyecto	Entidad responsable y promotora	Objetivos	Perfil mujeres	Provincias de destino	Acciones y resultados
NUEVAS TRABAJADORAS	<ul style="list-style-type: none"> • E R¹³: C^a Trabajo • EP: Junta de Andalucía y Eurocei 	<ul style="list-style-type: none"> • Teletabajo • Formación 	<ul style="list-style-type: none"> • Desempleadas • Cualificación en ofimática 	Toda Andalucía	<ul style="list-style-type: none"> • Difusión teletabajo y marco jurídico • Formación de 24 mujeres • Inserción profesional
EUROEMPRESER EN FEMENINO ALDEA GLOBAL MICROEMPRESAS	<ul style="list-style-type: none"> • ER: Ayto. Granada • E P: Ins. municipal formación y empleo 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a creación empresas • Clubes de empresas, foros de información y contactos • Formación gerencial y en TIC 		Granada	
ESCALA	<ul style="list-style-type: none"> • ER: C^a Trabajo • EP: Mancomunidad Municipios de Beturia (Huelva) 	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoramiento e inserción en nuevos yacimientos de empleo: teletabajo, turismo rural, forestación, servicios de proximidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Desempleadas medio rural 	Huelva	
TELEBALANCE	<ul style="list-style-type: none"> • ER: C^a Trabajo • EP: Fundación Directa para Desarrollo Integral 	<ul style="list-style-type: none"> • Formación en TIC • Acceso al teletabajo • Fomentar redes cooperación empresarias y emprendedoras que teletabajan 	<ul style="list-style-type: none"> • Mujeres desempleadas • Cualificación en ofimática 	Sevilla	<ul style="list-style-type: none"> • Acompañamiento a TIC a 64 mujeres • Teletutorías, formación (13 módulos presenciales), seminarios y jornadas • Foros y chats para usuarias • Servicio de orientación laboral
RECURSOS PARA EMPRENDEADORAS	<ul style="list-style-type: none"> • ER: C^a Trabajo • EP: IAM y Fundación Directa 	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoramiento y apoyo iniciativa empresarial • Formación en TIC • Redes colaboración comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresarias en activo, autónomas, emprendedoras 	Toda Andalucía	
CONÉCTATE AL EMPLEO	<ul style="list-style-type: none"> • ER: C^a Trabajo • EP: IAM 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso al mercado laboral • Formación en nuevas tecnologías • Optimización de recursos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Desempleadas medio rural 	Toda Andalucía	

Continúa

13. ER: Entidad Responsable; EP: Entidad Promotora.

Continuación

Nombre proyecto	Entidad responsable y promotora	Objetivos	Perfil mujeres	Provincias de destino	Acciones y resultados
UNIVERTECNA	<ul style="list-style-type: none"> ER: C^a Trabajo EP: IAM 	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar acceso al empleo universitarias carreras técnicas 	<ul style="list-style-type: none"> Desempleadas con formación universitaria 	Huelva, Granada, Jaén, Málaga y Sevilla	<ul style="list-style-type: none"> Granada: de 30 alumnas, 15 han encontrado trabajo Evaluación positiva sobre acciones, formadoras/es y programa Colaboración IAM- Universidad Recursos y métodos para las alumnas
MINERVA	<ul style="list-style-type: none"> ER: Ayto. Cádiz EP: Deleg. de Fomento Ayto. Cádiz 	<ul style="list-style-type: none"> Formación en nuevos servicios para la calidad de vida y nuevas tecnologías (teletrabajo) Favorecer redes empresarias y emprendedoras 		Cádiz, Sevilla	
ESTRATEGIA CERO	<ul style="list-style-type: none"> ER: Dip. Provincial Sevilla EP: Sevilla Siglo XXI, S.A. 	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo inserción laboral Autoempleo Formación en nuevos yacimientos de empleo 		Sevilla	
RED GEA	<ul style="list-style-type: none"> ER: I Mujer Participa: IAM (a través de CEN-TROS VIVEM) 	<ul style="list-style-type: none"> Acceso mujeres jóvenes a ciencias, tecnología y ecología Apoyar iniciativas empresariales de emprendedoras medio rural Potenciar recursos medio rural Formación, asistencia técnica Detección nuevos yacimientos de empleo 	<ul style="list-style-type: none"> Emprendedoras y empresarias medio rural 	Toda Andalucía	<ul style="list-style-type: none"> Encuentros temáticos interdisciplinares (nacional y transnacional) Seminarios de buenas prácticas, ecotecnologías. Acuerdo escuelas Alemania e Italia Creación red, base de datos convocatorias UE y materiales didácticos GEA-MAGAZINE: Revista trimestral GEA-ONLINE: Información proyectos y convocatorias UE INFOCARTA TRANSNACIONAL

Continúa

Continuación

Nombre proyecto	Entidad responsable y promotora	Objetivos	Perfil mujeres	Provincias de destino	Acciones y resultados
C-TEST	<ul style="list-style-type: none"> • ER: I Mujer • EP: Fund. para fomento Innovación industrial U. Politécnica de Madrid 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo, orientación y asesoramiento entre teletrabajadoras y clientes • Formación en teletrabajo y autoempleo • Evaluación teletrabajo como empleo (mujeres 30-40 años) 	<ul style="list-style-type: none"> • Teletrabajadoras 	Ámbito estatal	
INNOVA	<ul style="list-style-type: none"> • ER: I Mujer • EP: Fund. Asistencial de Mujeres • Fund. Mujeres (Andalucía) 	<ul style="list-style-type: none"> • Formación y teleformación • Prácticas en empresas • Asistencia proyectos empresariales • Campañas de sensibilización para empresas 	<ul style="list-style-type: none"> • Grupos y asociaciones de mujeres 	Cádiz y Córdoba	
FORMA	<ul style="list-style-type: none"> • ER: Consorcio R.L.PE.FE¹⁴ Andalucía (13 aytos.) + FAECTA¹⁵ • EP: Comité ejecutivo del consorcio 	<ul style="list-style-type: none"> • Formación en sectores con futuro: medio ambiente, nuevas tecnologías, desarrollo local 			

Fuentes:

- Osuna, J., Rodríguez, P. y Sánchez-Apellániz, M. (1999): *Dictamen "Las Mujeres y el mercado de trabajo en Andalucía"*, Instituto de Desarrollo Regional, Sevilla.
- IAM (1999): *Empleo Nov.* n°6, IV Trim., Málaga.
- VVAA (2000): *Foro andaluz Las tecnologías a favor de la igualdad y el empleo, 29-30 junio, Granada.*
- IAM (2000): IAM.
- I Mujer: <http://www.mtas.es/mujer> (2002).

-
- 14. Red Local de Promoción Económica, Formación.
 - 15. Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado.

3. LOS PROYECTOS EQUAL DESTINADOS AL EMPLEO FEMENINO EN RELACIÓN CON LAS TIC

La Iniciativa Comunitaria EQUAL (2000-2006) se lleva a cabo en cooperación transnacional para promocionar nuevos métodos de lucha contra las discriminaciones y desigualdades de toda clase en relación con el mercado de trabajo. Los proyectos presentados en esta iniciativa deben contemplar los siguientes principios básicos¹⁶:

1. Cooperación transnacional: en cada proyecto participan entidades de, al menos, dos países miembros de la UE.
2. Complementariedad: los proyectos EQUAL han de complementarse con otras acciones que ya existan en favor del empleo y contra la discriminación, evitando la duplicidad de actividades.
3. Enfoque integrado en el tratamiento de las problemáticas de desigualdad o discriminación en relación con el mercado de trabajo del territorio o sector, concentrando las actuaciones en los colectivos más afectados. Si las circunstancias lo justifican, estos proyectos pueden escoger como objetivo principal a alguno de los grupos específicos que se ven perjudicados por la desigualdad o la discriminación.
4. Principio de capacitación: las entidades implicadas en la toma de decisiones han de participar y colaborar durante todas las etapas del proyecto, "demostrando que están presentes los agentes apropiados de la zona o sector". También deben participar activamente los destinatarios últimos de los proyectos.
5. Innovación: los proyectos han de ser innovadores en sus enfoques, metodologías o instrumentos.
6. Capacidad de transferencia a las políticas generales: "los proyectos deberán contener medidas específicas de difusión e intercambio de buenas prácticas y de sensibilización"¹⁷ para impulsar un cambio de actitudes.
7. Igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

16. <http://www.mtas.es/UAFSE/es> (2002).

17. Ídem.

Cada proyecto tiene que abarcar una de las seis áreas temáticas que se proponen. Estas seis áreas se sintetizan en cuatro ejes o pilares: 1) "capacidad de inserción profesional" (facilitar acceso al mercado laboral de personas con dificultades; combatir racismo y xenofobia en el mercado laboral); 2) "fomentar el espíritu de empresa"; 3) capacidad de adaptación (adaptación a los cambios económicos, estructurales y uso de las TIC); 4) igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

La Iniciativa EQUAL hace referencia, pues, tanto a la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres como a las TIC, aspectos que se han de tener en cuenta en los proyectos que se desarrollen. Los objetivos del eje 4 "igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"¹⁸ hacen referencia tanto a la conciliación de la vida familiar y la vida profesional (objetivo 1) como a la reducción de los desequilibrios entre hombres y mujeres, y la eliminación de la segregación en el trabajo (objetivo 2).

Para conseguir la conciliación de la vida profesional y la familiar, se propone "experimentar nuevas fórmulas de organización del trabajo" que permitan a hombres y mujeres compatibilizar sus responsabilidades familiares, que faciliten la inserción y reinserción laboral y ofrezcan servicios de apoyo para poder lograr la compatibilidad, especialmente en cuanto a la atención de personas dependientes. Asimismo, se han de "facilitar sistemas de formación y recualificación", utilizando los nuevos sistemas de información y comunicación¹⁹.

De acuerdo con el objetivo de reducir los desequilibrios y evitar la segregación en el mercado laboral, la Iniciativa EQUAL incluye acciones encaminadas a: a) "desarrollar planes de acción positiva en el entorno empresarial" (desarrollo de la carrera profesional y formación de las mujeres, acceso y participación de éstas en los procesos de decisión y negociación colectiva, presencia equilibrada de hombres y mujeres); b) "llevar a cabo planes de promoción de la mujer en el mercado de trabajo", estimulando la diversificación de sus opciones formativas y laborales e introduciendo la igualdad de oportunidades dentro de la práctica profesional.

Los proyectos EQUAL son presentados por Agrupaciones de Desarrollo (AD), descritas como "asociaciones estratégicas que reúnen a los agentes interesados que posean las competencias pertinentes y que trabajarán en cooperación en el marco de un área". Estas áreas pueden ser temáticas (si reúnen a los agentes apropiados de una zona geográfica concreta) o sectoriales (si cubren problemáticas de un sector económico o industrial concreto).

18. http://www.equal.cedt.junta-andalucia.es/documentos/programa_operativo_equal.pdf (2002).

19. Ídem (2002).

En el **cuadro 8.2.** se incluyen algunos de los proyectos EQUAL para Andalucía. De los destacados en este estudio (que son sólo una pequeña parte de ellos), sólo *Odisea* y *Andalucía en E-Igualdad* están específicamente destinados a mujeres. El resto se ocupa también de otros colectivos discriminados en el mercado de trabajo (personas discapacitadas, inmigrantes), mujeres u hombres con personas a su cargo o parados y paradas de larga duración. Otros colectivos a los que se dedica uno de los proyectos (*Ítaca*) es el de oferentes y demandantes de empleo, y el de personas intermediadoras. Como observamos, a diferencia de los proyectos NOW, en los EQUAL se diversifican los colectivos destinatarios, incluyendo normalmente a más de uno.

Andalucía en E-Igualdad es uno de los proyectos que trata de favorecer el empleo femenino (por cuenta propia o ajena), utilizando las TIC y fomentando el uso de éstas. Para ello propone desarrollar servicios de apoyo y realizar un acompañamiento al empleo vía Internet, impulsando asimismo un Foro en el que se puedan poner en contacto emprendedoras, empresarias, directivas, profesionales y estudiantes. Otras acciones previstas en este proyecto son el desarrollo de una campaña de sensibilización y divulgación de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres destinada a empresas, instituciones y agentes de cambio; la creación de un observatorio de igualdad y la puesta en marcha de una experiencia piloto que fortalezca el empresariado femenino. La función del e-Observatorio sería la de estudiar la posición, necesidades y estrategias de las mujeres en el mercado laboral, centrándose en los nuevos entornos profesionales. De esta manera, se pretende indagar en aspectos como la percepción del empresariado andaluz acerca del papel profesional de las mujeres, las profesiones emergentes (y las expectativas de las jóvenes universitarias al respecto) y las estrategias de conciliación de la vida laboral, familiar y profesional. Para que estas investigaciones tengan difusión, se propone elaborar boletines, folletos y publicaciones. Según señala este proyecto, su gran reto es "conseguir la igualdad de oportunidades entre los sexos sin ignorar las diferencias entre hombres y mujeres, y convirtiendo a las mujeres en protagonistas activas del cambio: ocupando nichos profesionales con perfiles nuevos; valorando las profesiones relacionadas con la calidad de vida; trabajando modelos de carrera menos lineales; propiciando el salto tecnológico "en femenino"; promocionando el empresariado femenino en red; racionalizando los tiempos de trabajo [y] procurando la plena expresión y potenciación de las mujeres"²⁰. Una de las entidades que participan en el proyecto, además de la Junta de Andalucía y la Diputación de Córdoba, es Fundación Directa, que ya había colaborado en el desarrollo del proyecto NOW Telebalance. De este proyecto surgió la asociación de emprendedoras *Lider@red*, que también participa en E-Igualdad.

20. Información proporcionada por el Instituto Andaluz de la Mujer.

En el resto de los proyectos EQUAL analizados a partir del **cuadro 8.2.**, las TIC se tratan de manera transversal, fundamentalmente a través de acciones de formación en TIC o a través de las TIC. En tres de ellos, el objetivo principal es la conciliación de la vida profesional y laboral, por lo que se encuentran dentro de una de las áreas temáticas pertenecientes al Pilar IV de la Iniciativa EQUAL. Para perseguir este objetivo, no destinan sus acciones tan sólo a mujeres, sino también a hombres parados de larga duración, y proponen ayudas a la creación o adaptación de servicios de proximidad dedicados al cuidado de personas dependientes.

Cabe destacar también que, para promover la conciliación de la vida familiar y la profesional, no sólo se proponen ayudas a quienes tengan otras personas a su cargo para que puedan dejar a éstas en servicios de proximidad. En el proyecto *Co-labora.com*, también se propone dotar de ayudas a empresas para que creen o mantengan puestos de trabajo de quienes tienen personas a su cargo (normalmente, las cuidadoras suelen ser mujeres), así como de personas con discapacidad. De acuerdo con el objetivo de superar la segregación por sexo en el mundo del trabajo, se proponen acciones destinadas a fomentar la presencia de hombres y mujeres en sectores donde están infrarrepresentados. Asimismo, se han planteado cursos que profesionalicen el trabajo doméstico y los cuidados, reservando una cuota de hombres con el fin de que éstos participen también en dichas actividades.

En resumen, los proyectos EQUAL se dirigen a varios colectivos como destinatarios de sus acciones, tratando de paliar la discriminación existente en el mundo del trabajo (doméstico y profesional) a todos los niveles. El uso de las TIC y la formación en TIC son medios y herramientas para perseguir estos fines, incluyéndose como objetivo transversal. Las mujeres, por tanto, son destinatarias exclusivas tan sólo en algunas ocasiones, si bien la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres ha de estar presente en todos los proyectos.

A continuación, presentamos una síntesis del estudio de caso de Lider@red (**recuadro 8.2.**), asociación que participa en el proyecto EQUAL *Andalucía en E-Igualdad*:

Recuadro 8.2. Redes de emprendedoras: el caso de Lider@red

Liderared es una “*Asociación de emprendedoras con Visión de Género Creando Redes en la sociedad de la información*”, creada en 1999 por 19 alumnas de Telebalance que querían continuar con el grupo o red de mujeres que se había formado durante el proyecto y que compartían unas inquietudes comunes en cuanto a los aspectos profesionales de las mujeres ante la SI.

Puesto que los objetivos de esta asociación son promover y potenciar el desarrollo de la cultura emprendedora con visión de género, fomentando el uso de las nuevas tecnologías, las asociadas se caracterizan por tener una clara vocación emprendedora personal y profesional, y compartir igualmente el valor de género y la utilidad de las nuevas tecnologías como Internet al servicio del trabajo en red. Son mujeres convencidas de que las TIC pueden ser un instrumento eficaz de participación y de la necesidad de difundir entre el resto del colectivo de mujeres la utilidad de Internet, puesto que para muchas mujeres aún no resulta evidente. En cuanto al tejido asociativo, especialmente de mujeres, consideran necesario colaborar en la promoción de las TIC como herramienta de participación. Por ello su asociación pretende ser un modelo de uso.

Las principales actividades realizadas por Liderared son la creación y dinamización de una red de apoyo personal y profesional desde todas las acciones en las que participan (seminarios, jornadas, cursos, asistencia a ferias y congresos de mujeres, etc). Actualmente, están participando en dos proyectos de la Iniciativa Europea Equal, y tienen previsto tres seminarios y la participación en todo evento que permita a las socias desarrollar sus competencias y, a la vez, continuar su participación activa en las redes sociales de su entorno.

Las acciones realizadas por Liderared han sido bien acogidas por otras asociaciones y mujeres que suelen sentirse rápidamente identificadas y empiezan a plantearse la utilidad de su forma de trabajar en red. Así, pues, tres años después de su creación, la asociación, que tiene su sede virtual en www.liderared.org, ha visto duplicado su número de socias y ha expandido su ámbito geográfico a otras provincias, teniendo ya mujeres afiliadas de Huelva y Granada, además de Sevilla.

La página Web de Liderared fue creada por una de las socias desde el momento de su constitución, puesto que era el medio más adecuado para situar su “sede” virtual y mantener un compromiso con sus objetivos, un medio de comunicación y recepción de información con las socias, a la vez que servía de plataforma para dar visibilidad a sus acciones. Todos los contenidos son elaborados y trabajados por las socias, aunque exista una comisión específica encargada de esta tarea junto con la experta tecnóloga.

Respecto a los beneficios que para su desarrollo profesional y personal les ha aportado pertenecer a esta asociación, declaran que les ha supuesto “un punto de apoyo distinto, nuevo y creado por ellas mismas, así como el poder seguir en contacto con las mismas personas que iniciaron el itinerario Telebalance, y encontrar verdaderas compañeras de trabajo y amigas con unos pensamientos y proyectos iguales”.

Cuadro 8.2. Proyectos EQUAL en Andalucía

Nombre proyecto	Entidad responsable y/o promotora	Objetivos	Colectivos beneficiarios	Provincias de destino	Acciones
CIUDADES Y PERSONAS EMPRENDEDORAS POR LA IGUALDAD	<ul style="list-style-type: none"> IAM 	<ul style="list-style-type: none"> Conciliación vida profesional y familiar Reintegración de personas que han abandonado el mercado laboral 	<ul style="list-style-type: none"> Mujeres y parados/as de larga duración 	<ul style="list-style-type: none"> Granada y Jaén 	<ul style="list-style-type: none"> Servicios de apoyo para atención personas dependientes Orientación profesional Formación profesional a través de TIC Sensibilización Fomento autoempleo femenino
CO-LABORA.CON	<ul style="list-style-type: none"> IAM Junta de Andalucía Lider@red Entidades locales Asociaciones sindicales 	<ul style="list-style-type: none"> Conciliación vida profesional y familiar Reintegración de personas que han abandonado el mercado laboral Propiciar uso TIC 	<ul style="list-style-type: none"> Mujeres, personas con discapacidad, inmigrantes, jóvenes y parados/as de larga duración 	<ul style="list-style-type: none"> Huelva, Sevilla y Cádiz 	<ul style="list-style-type: none"> Ayudas a creación servicios proximidad para cuidado de personas Campañas concienciación Ayudas a empresas para puestos de trabajo para: personas con responsabilidades sobre dependientes o con discapacidades Cursos que profesionalicen trabajo doméstico y cuidados con cuora de hombres Cursos para fomentar presencia de hombres y mujeres en sectores donde están infrarrepresentados Formación en TIC presencial/teleformación
ÍTACA	<ul style="list-style-type: none"> IAM C^a Empleo y Desarrollo Tecnológico 	<ul style="list-style-type: none"> Participación laboral femenina por cta. propia o ajena Evitar discriminación en el trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> Ofertantes y demandantes de empleo Personas intermedadoras 	<ul style="list-style-type: none"> Toda Andalucía 	<ul style="list-style-type: none"> Impulsión TIC y portal Web Foro de expertas/os Apoyo emprendedoras Formación de agentes de igualdad Sensibilización

Continúa

Continuación

Nombre proyecto	Entidad responsable y/o promotora	Objetivos	Colectivos beneficiarios	Provincias de destino	Acciones
E-IGUALDAD	<ul style="list-style-type: none"> Junta de Andalucía, Dip. Córdoba, Líder@red, Cibersur, Fundación Directa 	<ul style="list-style-type: none"> Conocer y reflexionar sobre las transformaciones en el empleo Apoyar estrategias innovadoras de participación mujeres en entornos y carreras profesionales emergentes Creación de redes y espacios de encuentro de empresarias Favorecer empleo femenino Sensibilización y divulgación 	<ul style="list-style-type: none"> Mujeres 	Cádiz, Córdoba y Sevilla	<ul style="list-style-type: none"> Observatorio E-igualdad (estudio y análisis) Portal Web. servicios de apoyo y acompañamiento al empleo/autoempleo Experiencia Piloto de fortalecimiento competitivo "en femenino" e innovac. organizativa en negocios familiares y de economía social Campaña divulgación para empresas, instituciones y agentes de cambio Foro Andaluz en e-igualdad: creación rincón de emprendedoras, empresarias, directivas, emprendedoras, profesionales y estudiantes
ODISEA		<ul style="list-style-type: none"> Conciliación vida profesional y familiar Creación de empresas de mujeres 	<ul style="list-style-type: none"> Mujeres 	Córdoba y Jaén	

Fuentes: IAM, I Mujer

<http://www.redicand.ceds.junta-andalucia.es/listadodeproyectos.asp>

<http://www.dtpuacordoba.es>

4. EL MARCO COMUNITARIO DE APOYO (2000-2006) EN ANDALUCÍA

Los Marcos Comunitarios de Apoyo (MCA) son documentos que aprueba la Comisión Europea después de analizar los planes que presenta cada Estado miembro para desarrollar sus políticas. En cada Marco Comunitario de Apoyo, se establecen unas estrategias y prioridades de acción, sus objetivos y la financiación de los proyectos que se van a llevar a cabo.

Los MCA se articulan en Programas Operativos (PO), que integran ejes prioritarios de actuación, la descripción de una serie de medidas para aplicarlos, un plan de financiación indicativo y disposiciones de aplicación del programa. En España, los Programas Operativos pueden ser Regionales o Plurirregionales y, para su financiación, pueden recurrir a un solo fondo o, como es el caso de los programas operativos integrados, a varios fondos. Los Programas Regionales son gestionados por las Comunidades Autónomas, mientras que los Plurirregionales, por organizaciones o entidades de ámbito nacional.

Parte de los proyectos y actuaciones destinados a las mujeres en torno al empleo y las TIC en Andalucía se enmarcan en el Programa Operativo de esta región (como OPEM y los Servicios Rurales de Empleo), o bien dentro de los Programas Operativos Plurirregionales dedicados a la Lucha contra la Discriminación que se aplican en las regiones del Objetivo 1, es decir, aquéllas cuyo PIB per cápita es inferior al 75% de la media comunitaria²¹.

En esta investigación hemos acotado el análisis al Marco Comunitario de Apoyo del periodo 2000-2006. El Fondo Social Europeo desempeña un papel muy importante en su financiación, aportando 932.500 millones de euros para el Programa Operativo de Andalucía (de un total de 3.261.205 millones de euros para las regiones del Objetivo 1)²² y, para el Programa Operativo Plurirregional *Lucha contra la discriminación* (estatal), 203.977 millones de euros (en este caso, destinados no sólo a Andalucía, sino a todo el Estado) en este periodo.

El Programa Operativo Lucha contra la Discriminación tiene como destinatarias a mujeres, a inmigrantes, familias de emigrantes de España, minorías étnicas (especialmente, la población gitana), personas con discapacidad, y todas aquellas

21. Las regiones que cumplen este criterio son: Andalucía, Asturias, Canarias, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Murcia, Ceuta y Melilla.

22. MTAS (2001): El Fondo Social Europeo. España 2000-2006 (tríptico), Madrid.

personas que se encuentren discriminadas o en riesgo de exclusión social (ex reclusos, ex toxicómanos). Algunos de los objetivos señalados por este programa son, pues, "fomentar la participación de las mujeres en el mercado de trabajo"²³.

Dentro del Marco Comunitario de Apoyo 2000-2006, encontramos varios proyectos específicamente destinados a mujeres y a las TIC, mientras que otros tratan estos temas de manera transversal. En este apartado, sólo vamos a tratar los que están destinados a mujeres. Algunos de ellos, como *C-Test*, *Univertecna*, *Nova* y *Conéctate al Empleo*, se desarrollaban antes del año 2000 como parte de la Iniciativa NOW y, en la actualidad, han continuado bajo el Marco Comunitario de Apoyo. Uno de los más destacados es *C-Test*, en el que nos vamos a detener por su relevancia a la hora de promover el teletrabajo y la formación en TIC.

C-Test (ver cuadros 8.2. y 8.3.) es un proyecto de ámbito estatal. El folleto de divulgación que lo da a conocer define el teletrabajo como "una forma flexible de organización del trabajo que supone el desempeño de la actividad profesional sin la presencia física de la persona que teletrabaja en la empresa y la utilización de las nuevas tecnologías de la información como instrumento de trabajo"²⁴. El teletrabajo, continúa, "se puede desarrollar desde el propio domicilio o en centros especializados y habilitados por algunas empresas o instituciones públicas". El objetivo principal de *C-Test* es "extender el conocimiento y el acceso a las nuevas tecnologías de la información al mayor número de mujeres en todo el ámbito nacional, eliminando las barreras tanto geográficas como de disponibilidad horaria"²⁵, con el fin de facilitar su inserción laboral. Asimismo, persigue los objetivos de "fomentar la creación de estructuras de apoyo y enlace para mejorar la comunicación entre la teletrabajadora y su medio laboral a través del uso de las nuevas tecnologías de la información" y "minimizar los efectos del aislamiento e inseguridad, principal inconveniente del teletrabajo"²⁶.

Para lograr estos objetivos, *C-Test* ofrece cursos sobre diferentes materias relacionadas con la informática y las TIC, de acuerdo con diferentes niveles de complejidad. Se pretende que los cursos puedan ser seguidos con total libertad de horarios, bien sea desde el propio domicilio o desde los Centros de Teleservicios habilitados desde las Administraciones autonómicas y locales vinculadas al *Programa de Teleformación del Instituto de la Mujer*. Asimismo, se ha creado un *Centro Virtual de Teleservicios*, que consiste en un espacio Web con ofertas y

23. Comisión Europea: Marco Comunitario de Apoyo (2000-2006) para las regiones españolas del Objetivo 1. En <http://europa.eu.int>.

24. Instituto de la Mujer (2002): Folleto divulgativo de C-TEST.

25. <http://www.mtas.es/mujer/formactest>.

26. Instituto de la Mujer (2002): Folleto divulgativo de C-TEST.

demandas de empleo, proporcionando además teleformación, enlaces, asesoramiento laboral y jurídico, alojamiento gratuito de páginas Web y un buzón de correo gratuito para las teletrabajadoras. El proyecto está dirigido a mujeres desempleadas con conocimientos de ofimática (nivel usuarias) y a profesionales autónomas cuya actividad pueda desempeñarse mediante el teletrabajo. La idea que lo fundamenta es la necesidad de propiciar el conocimiento y manejo de las TIC por parte de las mujeres, puesto que en la sociedad de la información esas cualificaciones son muy importantes para encontrar trabajo. Se trata, por tanto, de formar a las mujeres en las TIC, por un lado, y, por otro, de ofrecer una nueva vía de inserción laboral a través del ejercicio de una actividad profesional por medio de Internet.

Los servicios que se ofrecen en su página Web son los siguientes: 1) un lugar de encuentro, que permite consultar los perfiles profesionales de las teletrabajadoras inscritas en el programa, así como las demandas de perfiles que solicitan las empresas; 2) un apartado de ofertas y demandas en el que se ponen en contacto las trabajadoras que ofrecen su perfil y las empresas; 3) un apartado en el que se informa de la oferta formativa presencial y a distancia; 4) una biblioteca ordenada según áreas (teletrabajo, economía, fiscal, marketing, empresa, recursos humanos, jurídica, etc.); 5) enlaces con direcciones relacionadas con el teletrabajo y las TIC.

Si bien en proyectos como *C-Test* sólo pueden participar mujeres que tienen acceso a Internet, se está intentando paliar este problema mediante la creación de telecentros. En el apartado anterior, se ha comentado el caso del Centro de teletrabajo del Parque Tecnológico de Andalucía en Málaga. Aunque probablemente no sean suficientes, estos proyectos pueden ser un paso adelante para hacer más accesibles las TIC a las mujeres y evitar el aislamiento de las que teletrabajan. En la actualidad, el Instituto de la Mujer ha planeado crear una Red de Teleservicios para mujeres. De esta manera, se intenta que el acceso y uso de las TIC se extienda entre las mujeres, puesto que su falta de participación en ellas podría llegar a constituir un factor de exclusión social en la sociedad de la información. Para llevar a cabo este proyecto, el Instituto de la Mujer se ha puesto en contacto con diversos ayuntamientos de distintas comunidades autónomas con el fin de que éstos proporcionen espacios susceptibles de ser transformados en telecentros. Inicialmente, van a estar dedicados a la teleformación, con la ventaja de proporcionar horarios flexibles. Se espera que, en un futuro, las mujeres puedan también teletrabajar en ellos. El proyecto se va a llevar a cabo de manera experimental en un número aproximado de diez centros, de los cuales cuatro pertenecen a Andalucía. De momento, los ayuntamientos de Utrera, Osuna y Alanís, de Sevilla, y el de Gibraleón (Huelva) son los que van a colaborar, desde Andalucía, en la *Red de Teleservicios* para mujeres creada por el Instituto de la Mujer.

Otro de los programas que se desarrollan en Andalucía en la actualidad, dentro del Marco Comunitario de Apoyo, es el *Programa de Alfabetización Informática NOVA* (ver cuadro 8.3.). A través de él, se imparten cursos de formación, orientados a facilitar la constante adaptación profesional que requieren los cambios que se están produciendo en el mercado laboral. Para desarrollar este programa, el Instituto de la Mujer proporciona una oferta formativa en colaboración con los Organismos de Igualdad de cada Comunidad Autónoma, tratando de realizar una acción coordinada y adaptada a las necesidades del mercado de trabajo local. Aunque no todos los cursos NOVA tienen que ver con las TIC y el teletrabajo, desde 1997 algunos se centran en estas áreas.

El objetivo de la oferta formativa del programa NOVA es aportar a las participantes una preparación técnica que les capacite para desarrollar su actividad profesional en el ámbito de las TIC. En Andalucía, desde 1997, NOVA ha ofrecido diversos cursos sobre nuevas tecnologías de la información, funciones administrativas informatizadas, ofimática e Internet.

Apoyándose en las TIC, el Instituto Andaluz de la Mujer, en colaboración con las Cámaras de Comercio de distintas provincias, ha creado un servicio de asesoramiento empresarial en-línea: *Empresarias.net*²⁷. Éste forma parte del *Programa de Apoyo Empresarial a Mujeres* (PAEM) y ofrece tanto asistencia e información presencial como vía Internet. A través de él, emprendedoras y empresarias pueden recibir información, orientación y asesoramiento sobre aspectos relacionados con la creación, gestión, financiación y desarrollo de la empresa y el autoempleo.

El Fondo Social Europeo, a través del Marco Comunitario de Apoyo, también financia OPEM, servicios de Orientación y Preformación para el Empleo de las Mujeres pertenecientes al Instituto Andaluz de la Mujer. Éstos se han creado en colaboración con las corporaciones locales, con el objetivo de dar respuesta a las mujeres que buscan empleo, ofreciéndoles información y asesoramiento mediante una atención personalizada y proporcionando un acompañamiento en la realización del proyecto de participación laboral. Desde ellos, se desarrollan cursos de preformación, orientación profesional, técnicas de búsqueda de empleo y orientación para el autoempleo. En 1998, se incorporaron módulos de animación a las nuevas tecnologías a través del programa *Conéctate al empleo*.

Respecto a los tipos de beneficiarias de los proyectos del MCA relacionados con las TIC y el teletrabajo, al igual que en los NOW, existen proyectos dedicados a empresarias y emprendedoras (*Emprender en Femenino, Centros Vivem, e-empresarias.net*);

27. <http://www.e-empresarias.net> (2002).

a universitarias de carreras técnicas y experimentales (*Univertecna*, continuación del proyecto NOW); a mujeres de las áreas rurales (*Conéctate al Empleo, Mujer y Agricultura*) y a mujeres en general (*OPEM*). Además, existen proyectos fundamentalmente destinados a teletrabajadoras o a mujeres con conocimientos de ofimática (*C-Test*) y se ha puesto en marcha la *Red de Teleservicios* para aquéllas que no tengan acceso a Internet en sus casas.

Como observamos, en el periodo 2000-2006, se siguen desarrollando proyectos específicamente dedicados a las mujeres y a las TIC dentro del MCA, mientras que en los EQUAL predomina un enfoque integrado. Algunos proyectos del MCA son la continuación de otros que se realizaban anteriormente dentro de la Iniciativa NOW. Sus objetivos más destacados son promover la formación, el empleo y la iniciativa empresarial en relación con las TIC. En la Iniciativa EQUAL se destaca con mayor frecuencia la conciliación de la vida profesional y la familiar, puesto que es uno de los dos objetivos principales del Pilar IV (Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres). Asimismo, los proyectos EQUAL analizados señalan los objetivos de reducción de la discriminación laboral hacia las mujeres, la creación de empresas de mujeres y la reintegración de personas que han abandonado el mercado laboral. En este caso, la perspectiva predominante es transversal, por lo que las mujeres suelen ser un colectivo más entre los destinatarios EQUAL, aunque esto no impide que se desarrollen acciones específicas para mujeres. La transversalidad también afecta al uso y promoción de las TIC, que se ha de incorporar a todos estos proyectos. Por tanto, mientras las políticas específicas predominaban antes del año 2000, a partir de entonces tanto la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres como la SI se convierten en objetivos transversales, sin que esto implique dejar de desarrollar proyectos específicamente dedicados a las mujeres.

Cuadro 8.3. Proyectos de Marcos Comunitarios de Apoyo en Andalucía (200-2006)

Nombre proyecto	Entidad responsable y/o promotora	Objetivos	Beneficiarias	Provincias de destino	Acciones
NOVA	<ul style="list-style-type: none"> I Mujer, Organismos de Igualdad de las Comunidades Autónomas 	<ul style="list-style-type: none"> Preparación técnica, formación en TIC Capacitación para desarrollar actividad profesional en el ámbito de las TIC 	<ul style="list-style-type: none"> 75 beneficiarias 2002 	Almería, Málaga (2000); Córdoba, Málaga (2001); Huelva (2002)	<ul style="list-style-type: none"> Cursos de TIC,- Ofimática e Internet (Coiñ, Málaga), diseño gráfico y preimpresión
SERVICIO DE ASESORAMIENTO E-EMPRESARIAS.NET (del PAEM)	<ul style="list-style-type: none"> I Mujer, Consejo Superior de Cámaras de Comercio 	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar autoempleo y actividad empresarial de las mujeres Creación y consolidación de empresas lideradas por mujeres 	<ul style="list-style-type: none"> Emprendedoras y empresarias 170 beneficiarias andaluzas <i>on line</i> (2001) 193 en 2002 -hasta abril- 	Todo el Estado	<ul style="list-style-type: none"> Información y asesoramiento on line a mujeres, superando barreras geográficas y de tiempo Página Web: http://www.e-empresarias.net
EMPENDER EN FEMENINO	<ul style="list-style-type: none"> I Mujer 	<ul style="list-style-type: none"> Apoyar la creación y consolidación de empresas lideradas por mujeres 	<ul style="list-style-type: none"> Empresarias y emprendedoras 	Almería, Sevilla, Córdoba, Málaga	
C-TEST	<ul style="list-style-type: none"> I Mujer 	<ul style="list-style-type: none"> Orientación y asesoramiento teletrabajadoras y empresas clientes Formación en teletrabajo y gestión del autoempleo Evaluación teletrabajo como empleo para mujeres 30-40 años 	<ul style="list-style-type: none"> Teletrabajadoras 	Ámbito estatal	
RED DE TELESERVICIOS	<ul style="list-style-type: none"> I Mujer Ayros. de Utrera, Osuna, Alalmés y Gibraleón 	<ul style="list-style-type: none"> Acceso de las mujeres a TIC proporcionando espacios: telecentros Acerca las posibilidades del C-Test para la teleformación y la creación directa del empleo 	<ul style="list-style-type: none"> Mujeres que no tengan acceso a Internet en sus casas 	Ámbito estatal En Andalucía: Utrera, Osuna y Alalmés (Sevilla) y Gibraleón (Huelva)	

Continúa

Continuación

Nombre proyecto	Entidad responsable y/o promotora	Objetivos	Beneficiarias	Provincias de destino	Acciones
CONECTATE AL EMPLEO	<ul style="list-style-type: none"> • IAM • C^s de Trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso al mercado laboral • Información sobre distintas alternativas • Documentación • Formación en nuevas tecnologías • Optimización de recursos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Desempleadas medio rural 	Toda Andalucía	
UNIVERTECNA	<ul style="list-style-type: none"> • IAM • Universidades andaluzas 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar inserción laboral de mujeres en profesiones mayoritariamente masculinas 	<ul style="list-style-type: none"> • Universitarias de carreras técnicas y experimentales 	Todas las provincias andaluzas, salvo, en el 2002, Málaga	<ul style="list-style-type: none"> • Orientación laboral; formación: TIC, idiomas y habilidades directivas; prácticas en empresas • Colaboración IAM- Universidad • Recursos y métodos para las alumnas • Foro "Las tecnologías a favor de la igualdad y el empleo" (Granada, 29-30 jun 2000) • Página Web: www.mujeresuniversitarias.org
CENTROS VIVEM	<ul style="list-style-type: none"> • IAM 	<ul style="list-style-type: none"> • Promover empresariado femenino • Favorecer creación de empresas de mujeres • Facilitar cooperación entre empresarias y emprendedoras • Difusión y sensibilización 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresarias, emprendedoras y autónomas 	Toda Andalucía	<ul style="list-style-type: none"> • Cursos de informática, Internet y formación empresarial • Tutorización para elaborar plan de empresa • Asesoramto. a empresarias (336 usuarias en 2000, 379 en 2001) • FIDEM; Feria Internac. Mujeres Empresarias (pag. Web y foro) • Participación en MEDIARAMA 2001: "El siglo femenino, la mujer y NNTT" • Material multimedia CENTROS VIVEM • Materiales de apoyo (informático y papel) para seguimiento y evaluación usuarias • Subvención de 242 PYMES en año 2000 y 209 en 2001

Continúa

Continuación

Nombre proyecto	Entidad responsable y/o promotora	Objetivos	Beneficiarias	Provincias de destino	Acciones
OPEM	<ul style="list-style-type: none"> • IAM • Corporaciones locales • Dentro del P.O. Integrado de Andalucía 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de atención personalizada y de acompañamiento en la realización del proyecto de participación laboral • Información, cursos de formación, orientación profesional, técnicas de búsqueda de empleo, orientación para el autoempleo • Aulas informáticas • Formación en TIC 	<ul style="list-style-type: none"> • Mujeres 	Toda Andalucía	<ul style="list-style-type: none"> • Actualmente, 124 servicios de orientación laboral y formación que atendieron a 20.623 usuarias en 2001 • Módulo de animación a las nuevas tecnologías (3.400 alumnas en 2000; 8.496 alumnas en 2001) • Cursos de Aplicaciones informáticas de oficina, Word 2000 (158 cursos, 3017 participantes en 2001)
MUJER Y AGRICULTURA	<ul style="list-style-type: none"> • IAM, C^a de Agricultura y Pesca • Dentro del P.O. Integrado de Andalucía 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar inserción laboral ampliando oportunidades formativas 	<ul style="list-style-type: none"> • Mujeres áreas rurales 	Toda Andalucía	<ul style="list-style-type: none"> • Formación en TIC aplicadas a gestión empresas agrarias y otras materias
SERVICIOS RURALES DE EMPLEO	<ul style="list-style-type: none"> • IAM, Dip. Provinciales • Dentro del P.O. Integrado de Andalucía 	<ul style="list-style-type: none"> • Propiciar inserción laboral • Información, formación, orientación y acompañamiento al empleo/ autoempleo 	<ul style="list-style-type: none"> • Mujeres 	Toda Andalucía	<ul style="list-style-type: none"> • Orientación, formación ocupacional • Formación en nuevas tecnologías (Almería y Granada)

Fuentes:

I Mujer, IAM.

<http://www.mtas.es/mujer> (2002).

<http://www.iam.juntadeandalucia.es> (2002).

<http://www.e-empresarias.net> (2002).

<http://www.mujeresuniversitarias.org> (2002).

5. OTROS PROYECTOS Y SERVICIOS DESARROLLADOS EN ANDALUCÍA EN LA ACTUALIDAD

Además de los proyectos analizados, se han desarrollado y se desarrollan otros (que no forman parte de NOW, EQUAL ni de los MCA) destinados también a promover el acceso de las mujeres a las TIC y al teletrabajo (en un nivel local, provincial o regional). En este apartado, vamos a mostrar algunos ejemplos.

Uno de estos proyectos es *www.mercadeando.net*, *e-comercio para empresarias en el medio rural* (ver cuadro 8.4.), gestionado por la Delegación de Participación de la Mujer del Área de Bienestar y Participación Social de la Diputación de Málaga. Como indica su nombre, sus destinatarias son empresarias (individuales o pertenecientes a cooperativas) del medio rural. En él, se ofrecen diversos servicios vía Internet, ya sea formación, buscador, un mercado virtual, noticias, atención y asesoramiento en línea. Se intenta con ello que las empresarias del medio rural puedan acceder al mercado global y a redes internacionales de información. Al mismo tiempo, facilita recursos para que se puedan formar "en los conceptos, métodos y prácticas del comercio electrónico"²⁸, así como en el uso de las TIC.

Otro de los proyectos destacados en el cuadro 8.4. es el de *European Technotraining for Women* (ETW), desarrollado por el Instituto Andaluz de la Mujer en colaboración con la Federación Andaluza de Municipios y Provincias (FAMP) y la Diputación de Jaén. Los objetivos principales de ETW son facilitar a las mujeres el acceso al empleo, a los cargos directivos y a los sectores que tradicionalmente han estado ocupados por hombres, así como promover la igualdad de oportunidades. Para alcanzar este objetivo, se han desarrollado acciones de teleformación en Ofimática e Internet con perspectiva de género, ofreciendo asimismo información a través de la Web y de un boletín trimestral dedicado a asuntos de interés para las mujeres. Asimismo, se han llevado a cabo un foro de género en la red y un estudio comparado sobre mujeres de ámbitos rurales y urbanos en Andalucía, y en regiones de Irlanda, Italia y Dinamarca.

Cabe destacar un proyecto en el que la iniciativa ha partido de las propias mujeres, que han buscado la mediación de las Administraciones Públicas para poder financiarlo y difundirlo. Éste es el caso de *Cordobesas enREDadas*, con las cuales se puede contactar a través del portal Web de la Diputación de Córdoba. Sobre este proyecto, hemos realizado un estudio de caso que se resume en el recuadro 8.3.

28. <http://www.mercadeando.net>.

Recuadro 8.3.: Acercar a las mujeres a la red: El caso de Cordobesas enREDadas

El proyecto Cordobesas enREDadas surgió por iniciativa de las propias asociaciones de mujeres de Córdoba, quienes expusieron en el IV Encuentro de Asociaciones y Colectivos de Mujeres (1999) las dificultades existentes en la comunicación y la transmisión de información entre las propias asociaciones y con la Delegación de la mujer, y plantearon la necesidad de fomentar la incorporación de las mujeres a la SI y de utilizar las TIC para facilitar la creación de redes de mujeres y la comunicación entre ellas.

En febrero de 2000 se realizó una encuesta a las asociaciones y colectivos de mujeres de los municipios de menos de 20.000 habitantes, para comprobar su interés por participar en el proyecto y detectar su grado de alfabetización digital, sus necesidades de formación en el uso de las TIC y la infraestructura de la que disponían. De este modo, se constató que antes de poder utilizar Internet para su comunicación interna, había que alfabetizar digitalmente a la mayoría de las asociadas.

Por tanto, se formuló como primer objetivo del proyecto: acercar a las mujeres a las nuevas tecnologías, superando la tecnofobia y capacitando a las mujeres en el manejo de los conocimientos necesarios para utilizar Internet y aprovechar los recursos que ofrece. Esta primera etapa de alfabetización digital se inició en septiembre de 2000 con una primera fase de talleres en 15 municipios de menos de 5.000 habitantes, seleccionados entre los que habían demostrado mayor interés por el proyecto.

En la segunda fase se dieron 25 cursos en localidades de menos de 10 mil habitantes desde junio de 2001 hasta febrero de 2002. Y en la tercera fase, que comenzó el 7 de mayo de 2002, se impartieron 30 cursos en municipios de menos de veinte mil habitantes. Al finalizar el año 2002, se había formado a 1.970 alumnas en el uso de Internet y del correo electrónico, restando únicamente cursos en 6 pueblos de más de veinte mil habitantes y en Córdoba. Esta alfabetización digital finaliza en julio de 2003.

Los cursos, que tienen una duración de una semana, se dividen en tres módulos: aproximación a las TIC (4 horas); navegación en Internet (10 horas); y aprendizaje del uso del correo electrónico (6 horas). Previamente al comienzo de los cursos en cada comarca se realiza una reunión de coordinación con las Concejalías de la Mujer de cada ayuntamiento y las asociaciones de mujeres. En estas reuniones se establecen fechas y horarios y se compromete a cada parte a realizar sus tareas: los ayuntamientos son responsables de facilitar la sede y equipos informáticos, si disponen de ellos, y las responsables de las asociaciones son las encargadas de dinamizar a sus miembros.

Tras la alfabetización, se asigna a cada asociación, así como a cada miembro de las mismas, una dirección de correo electrónico a través del servidor, con lo cual las asociaciones pueden ya beneficiarse del uso de Internet y el correo electrónico para la comunicación interna y el intercambio de información.

Se está trabajando también en el segundo objetivo: crear una Comunidad Virtual para las mujeres cordobesas que promoverá la comunicación y el trabajo en red, la realización de actividades dentro y fuera de la red, y continuará la dinámica generada en los cursos, facilitando también la creación de dinámicas propias entre las asociaciones de mujeres y demás participantes de la red. En este sentido, se ha creado el portal www.cordobesasenredadas.org con información sobre temas de género, empleo, formación, actividades lúdicas, así como diversos servicios (cursos de formación *on line*, tienda virtual, y un mercado de servicios de proximidad). Podemos acceder a él a través del portal de la Diputación de Córdoba.

Cuadro 8.4. Otros proyectos

Nombre proyecto	Entidad responsable y/o promotora	Objetivos	Beneficiarias	Provincias de destino	Acciones y servicios
CORDOBESAS ENREDADAS	<ul style="list-style-type: none"> Dip. de Córdoba Asociaciones de mujeres 	<ul style="list-style-type: none"> Acceso de las mujeres a las TIC Creación de redes de mujeres Crear una comunidad virtual de mujeres cordobesas 	<ul style="list-style-type: none"> Mujeres 	Córdoba	<ul style="list-style-type: none"> Cursos de ofimática básica, uso de Internet y del correo electrónico Talleres de alfabetización digital Página Web
EUROPEAN TECH-NOTRAINING FOR WOMEN (ETW)	<ul style="list-style-type: none"> IAM FAMP Dip. de Jaén Junta de Andalucía 	<ul style="list-style-type: none"> Facilitar acceso al empleo Capacitar a mujeres para puestos directivos (segregación vertical)²⁹ Facilitar acceso a sectores de empleo "no tradicionales" (segregación horizontal)³⁰ Formación en TIC Información Promover igualdad oportunidades para mujeres y hombres 	<ul style="list-style-type: none"> Mujeres desempleadas 	Jaén (experiencia piloto)	<ul style="list-style-type: none"> Formación en Ofimática e Internet que incluya perspectiva de género (teleformación, 2 sesiones presenciales y audioconferencia -Confernet-) Información sobre asuntos de interés para mujeres Foro de Género en la red Boletín informativo trimestral Estudio comparado (Mujer rural/urbana en Andalucía-Italia-Dinamarca)
WWW.MERCADE-ANDO.NET	<ul style="list-style-type: none"> Dip. de Málaga Soc. de Planificación y Desarrollo (SOPDE)-apoyo técnico- 	<ul style="list-style-type: none"> Participación empresarias en mercado global Acceso a oportunidades que ofrece Internet (información, comunicación, etc.) Favorecer cooperación entre empresarias 	<ul style="list-style-type: none"> Empresarias individuales o pertenecientes a sociedades con mínimo 50% de capital social 	Málaga	<ul style="list-style-type: none"> Formación en Internet y correo electrónico Publicación electrónica de noticias Mercado virtual Página Web para cada empresaria Localizador por zona geográfica y por sub-sector de actividad Buscador global Atención y asesoramiento en-línea Foro empresarias en medio rural (finales de 2002)

Fuentes: - Estudio de caso sobre Cordobesas EnREDadas desarrollado para la presente investigación.

- FAMP

- <http://www.mercadeando.net>.

29. <http://www.famp.es/famp/programas/especificos.htm>.

30. Ídem.

6. LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS EN LA WEB

Las páginas Web de los distintos organismos estatales, regionales y locales constituyen una forma más de mediar entre la población y la sociedad de información. A través de estos sitios virtuales, se ofrece información, dando la posibilidad de iniciar un proceso de comunicación vía correo electrónico.

La mayor parte de las diputaciones incluyen sitios destinados específicamente a las mujeres o a la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres. De esta manera, están proporcionando un espacio en el que las mujeres pueden informarse acerca de las políticas de igualdad, acceder a ciertos servicios, escribir a las instituciones, visitar las páginas de otros organismos, de asociaciones y de redes de mujeres. Incluso, en ocasiones, pueden participar en foros para ponerse en contacto con otras personas, intercambiar impresiones o desarrollar nuevas redes. Desde algunas de estas páginas se puede contactar también con proyectos de teleformación a través o para el aprendizaje del uso de las TIC.

Esta forma de comunicación ofrece nuevas oportunidades para las mujeres. En primer lugar, facilita el contacto de las mujeres con las TIC, al ofrecer información, cursos y servicios. En segundo lugar, acerca estos servicios a mujeres de ciertas áreas rurales que no pueden acceder de otra manera, puesto que se encuentran alejadas de las zonas que tienen mayor dotación de recursos. En este caso, si bien se rompen barreras territoriales, el acceso de las mujeres a las TIC queda limitado a quienes tengan la infraestructura y la formación necesaria para utilizarlas. De ahí la importancia de facilitar desde las Administraciones Públicas no sólo formación (que se está ofreciendo en muchos proyectos), sino también infraestructuras.

Los portales de las Diputaciones de Córdoba, Sevilla, Málaga, Granada, Cádiz y Almería dedican espacio a las mujeres y a las políticas de igualdad, mientras que las diputaciones de Huelva y Jaén no hacen referencia a estos temas. En algunas de ellas hay enlaces que conducen a la Comisión Transversal de Género (como en las Diputaciones de Málaga y de Córdoba) o al Área de la Mujer (como en la Diputación de Granada).

Cabe destacar las páginas Web del Área de la Mujer de la Diputación de Almería, donde se dan algunas pautas para buscar empleo, elaborar un currículum, prepararse para una entrevista³¹, etc. Asimismo, se ofrecen talleres relacionados con estos aspectos. La Diputación de Almería también incorpora en sus páginas del

31. <http://www.dipalme.org/mujer/secundarias/PROLbuscar.htm>.

Departamento de la Mujer una sala virtual con exposiciones sobre arte de mujeres (pintura, encaje de bolillos, fotografía, etc.), una agenda, información sobre eventos anteriores, enlaces de interés, información sobre el II Plan de Igualdad y foros.

El Instituto Andaluz de la Mujer incluye información acerca de los proyectos y servicios para mujeres que se están desarrollando desde esta institución, así como sobre legislación, arte de mujeres, publicaciones, convocatorias y datos estadísticos. Tiene un servicio jurídico en línea y, en relación con el empleo y la formación orientadas hacia las TIC, dedica una serie de páginas Web a proyectos y servicios como *Opem*, aulas informáticas, centros *Vivem* y *Univertecna*.

Las Administraciones Públicas en Andalucía, por tanto, median de distintas maneras entre las mujeres y la SI a través de sus páginas Web. Existe una diferencia entre unas y otras entidades, puesto que no todas dedican espacios exclusivos para mujeres. La calidad de la información y los servicios ofrecidos varían también de unas a otras y no siempre los servicios que se ofrecen son operativos (en ocasiones, la información no está actualizada o anuncia servicios que aún no se han puesto en marcha). A pesar de las limitaciones que se puedan encontrar, constituyen un punto de referencia para muchas mujeres, que de esta manera tienen la posibilidad de acceder a distintos recursos vía Internet, por ejemplo, para formarse en TIC o para mejorar sus oportunidades de cara al empleo y con relación al reparto del trabajo doméstico. Un posible objeto de investigación sería conocer en qué medida las mujeres de distintas áreas acceden o pueden acceder a estos servicios y proyectos que ofrecen las Administraciones Públicas, y en qué medida se atienden sus demandas.

Una propuesta para tener en cuenta los intereses y necesidades de las mujeres es partir de un proceso de comunicación a través del cual ellas los puedan expresar (foros, correo electrónico, etc.). Recomendamos que se ponga en funcionamiento una verdadera interacción *on line* entre los organismos o instituciones públicas y privadas y las mujeres. Un ejemplo de diálogo entre la población y la Administración Pública es el proyecto de “teledemocracia” que ha puesto en marcha el Ayuntamiento de Jun (Granada). Para que las mujeres puedan participar realmente, se han desarrollado también acciones destinadas a formar en las TIC. Atendamos al estudio de caso que hemos llevado a cabo en torno a Jun (recuadro 8.4.):

Recuadro 8.4: Alfabetización digital de mujeres en el ámbito rural: el caso de JUN

El 27 de diciembre de 1999, el pueblo de Jun (Granada), de tan sólo 2.200 habitantes, se convirtió en el primer municipio del mundo en declarar el acceso a Internet como un derecho universal de todos los ciudadanos. Unos días más tarde, el Ayuntamiento creó la Concejalía de la sociedad de la información que emprendería medidas con tres objetivos esenciales: 1) La Declaración del derecho universal al acceso a la SI con la oferta de nuevos servicios a través de la Web del Ayuntamiento (www.ayuntamientojun.org); 2) La alfabetización digital de toda la población; 3) La “teledemocracia” activa para conseguir la intervención directa de todos los ciudadanos en la política a través de la Web.

Alfabetización digital de mujeres: En febrero de 2000 se iniciaron los cursos de formación en el uso básico de Internet, con una duración de 25 horas y ya a principios del verano de 2000 tuvieron que ampliar el número de cursos y de beneficiarios debido a la alta demanda de las mujeres de Jun. En efecto, cuando los cursos están dirigidos a menores de 25 años, el alumnado es mixto, pero cuando son grupos mayores de 30, la mayoría de los alumnos son mujeres. El perfil típico de las mujeres que asisten a los cursos de alfabetización digital es el de una mujer de entre 25 y 45 años de edad, casada y con hijos, con estudios secundarios y actualmente desempleada al haber abandonado el ámbito laboral por el doméstico. Además de que las mujeres constituyen la mayoría del alumnado, también son quienes con más frecuencia continúan su aprendizaje de las TIC con cursos superiores.

Proyecto Interville: Financiado por la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico de la Junta de Andalucía, trata de trasladar la experiencia de Jun a 50 municipios de menos de cinco mil habitantes de toda Andalucía. Los 50 ayuntamientos que se adhieran a Interville, se comprometerán a fomentar el desarrollo de la sociedad de la información en sus municipios, a impartir cursos de iniciación a la informática dirigidos a jóvenes y mujeres, y crearán una red interna que conectará todos los municipios y en la que se compartirán recursos e información. Jun también participa en el **proyecto Imnotep**, similar a Interville, pero que incluye a 75 municipios a nivel nacional y está financiado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología.

Primer Ciclo de Actividades para mujeres de Jun: Organizado por el Área de la Mujer del Ayuntamiento y la Asociación de Mujeres Politólogas, con la colaboración de la Diputación Provincial de Granada y la Agencia de Empleo y Desarrollo Local del Ayuntamiento de Jun. Las actividades, que comenzaron en mayo y se prolongarán hasta el mes de octubre, incluyen, entre otras, un Curso de “Herramientas para Mujeres en Internet” y un Taller sobre “El Trabajo de las Mujeres”.

Cursos en TIC para amas de casa: Se parte del hecho de que el papel de la mujer es clave en la incorporación de la sociedad de la información al ámbito familiar debido tanto a su función educadora de los hijos como a que las amas de casa juegan un papel fundamental en la toma de decisiones relativas a la distribución del presupuesto familiar y, por tanto, en las decisiones de compra de ordenador o acceso a Internet desde el hogar.

Proyecto Penélope: Todavía en fase de planteamiento, consistirá en emplear mediante teletrabajo a mujeres paradas de Jun que controlarán telemáticamente el tráfico de mercancías a nivel europeo. La primera fase abarcará sólo el territorio español y, posteriormente, se pretende colaborar con otros municipios europeos que participan, al igual que Jun, en el programa Global Cities Dialogue y en Telecities para poder dar cobertura a todo el territorio europeo.

7. CONCLUSIONES

Las Administraciones Públicas median entre las mujeres y la sociedad de la información de diversas formas: por un lado, desarrollando proyectos de formación y empleo en relación con las TIC; y, por otro, a través de sus páginas Web, que ofrecen información, posibilidad de comunicación a través del correo electrónico y, también en algunos casos, servicios de distintos tipos.

Respecto a los proyectos de formación y empleo en relación con las TIC, se puede hablar de dos etapas distintas tomando como punto de partida 1994. En este año comenzó la Iniciativa Comunitaria NOW, que concluyó en 1999 y formaba parte de las Iniciativas Comunitarias de Empleo, destinadas a paliar la discriminación en el mundo laboral. Cada una de estas iniciativas se ocupaba de un colectivo específico discriminado o con especiales dificultades en el mercado de trabajo. NOW se destinaba a las mujeres; *Youthstart*, a jóvenes en riesgo de exclusión social; *Adapt*, a las personas que trabajaban en el sector industrial; y *Horizon*, a las personas con discapacidad. En esta primera etapa predominaban, por tanto, las políticas específicas, por lo que se pudieron llevar a cabo numerosos proyectos desde una Iniciativa Comunitaria cuyas únicas destinatarias eran las mujeres.

En una segunda etapa, iniciada en el año 2000 y que finalizará en el año 2006, se han iniciado políticas tanto específicas como transversales. En la Iniciativa Comunitaria EQUAL, la discriminación se intenta paliar partiendo de un enfoque integrado. A partir de este año, se ponen en marcha proyectos en los que uno o varios de los siguientes colectivos pueden ser destinatarios: mujeres, inmigrantes, parados y paradas de larga duración, personas discapacitadas y personas responsables de dependientes. La igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres pasa a ser un principio básico que ha de estar presente, de manera transversal o específica, en todos los proyectos. De la misma manera, la SI se señala como objetivo, por lo que todos los proyectos EQUAL han de hacer referencia a las TIC. Así, pues, la mayoría de los proyectos que se desarrollan en esta Iniciativa y que incluyen a las mujeres como destinatarias, se dirigen también a otros colectivos.

Los Marcos Comunitarios de Apoyo pertenecen a las dos etapas comentadas (1994-1999 y 2000-2006). En este estudio, nos centramos en los proyectos del MCA 2000-2006 destinados a fomentar la formación y el empleo de las mujeres en o a través de las TIC. En este caso, se siguen realizando proyectos específicamente destinados a mujeres, si bien además se desarrollan algunos en los que la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres es tratada de manera transversal. Los MCA son documentos que aprueba la Comisión Europea a partir de los planes que presenta cada Estado miembro para desarrollar sus políticas. Se articulan en Programas

Operativos, que pueden ser Regionales (gestionados por las Comunidades Autónomas y financiados a partir de un solo fondo –en el caso de los proyectos analizados, el Fondo Social Europeo–) o Plurirregionales (gestionados por organismos o entidades de ámbito nacional y financiados a partir de varios fondos).

En Andalucía, los proyectos que se están llevando a cabo para mujeres en relación con el empleo y las TIC dentro del MCA, forman parte o bien del Programa Operativo (Regional) de Andalucía, o bien dentro del Programa Operativo Plurirregional destinado a la *Lucha contra la Discriminación* para las regiones Objetivo 1, que son las que tienen un PIB per cápita inferior al 75% de la media de la Comunidad Europea. Los colectivos a los que se dirige este último programa operativo son mujeres, inmigrantes, familiares de emigrantes, minorías étnicas (especialmente, la población gitana), personas con discapacidad y personas en riesgo de exclusión social (como ex reclusos, ex toxicómanos). Aunque no haya un Programa Operativo específicamente destinado a mujeres, sí se realizan proyectos específicos, algunos de los cuales son continuación de proyectos NOW.

El Fondo Social Europeo es el principal fondo que financia los proyectos desarrollados a partir del Marco Comunitario 2000-2006, los NOW y los EQUAL. Respecto a los objetivos tratados, encontramos ciertas diferencias y similitudes entre ellos. En la Iniciativa NOW, la formación es el objetivo principal al que se dedica la mayoría de los proyectos destinados a las mujeres y las TIC. El segundo objetivo principal más señalado es la formación, orientación y asesoramiento en el empleo; en tercer lugar, se destaca la creación de puestos de trabajo y apoyo a la iniciativa empresarial, y, en cuarto lugar, la sensibilización y divulgación. Otros fines que se indican en los proyectos NOW son la creación de redes de empresarias, emprendedoras y trabajadoras, y el asesoramiento y/o apoyo a la creación de empresas de mujeres. En este sentido, los proyectos NOW tienen más similitudes con los del Marco Comunitario de Apoyo 2000-2006 que con los EQUAL. En los proyectos del MCA, la formación sigue siendo el objetivo más señalado, seguido, por este orden, de la creación y consolidación de empresas de mujeres; la inserción laboral y la información; y la orientación, el asesoramiento y el acompañamiento al empleo. Otros fines señalados en menor medida son la difusión y sensibilización, el fomento de redes de empresarias, emprendedoras y trabajadoras, y facilitar la inserción laboral de las mujeres en profesiones tradicionalmente masculinas.

Entre los proyectos EQUAL que escogen la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres como eje temático, los objetivos principales son: 1) la conciliación de la vida familiar y profesional; 2) la reducción de los desequilibrios entre mujeres y hombres, y la eliminación de la segregación horizontal y vertical en el trabajo. El segundo objetivo hace referencia a la acción positiva en las empresas, la promoción de las mujeres en el mercado laboral, y el fomento de la presencia de

hombres y mujeres en sectores donde están infrarrepresentados. Los objetivos perseguidos, por tanto, difieren de los señalados por los proyectos NOW y por el MCA. Asimismo, encontramos diferencias respecto a la importancia que se le da a la sensibilización y divulgación, que es un objetivo de alguno de los proyectos NOW y del MCA. En EQUAL, este aspecto resulta relevante, pues se integra dentro del principio de capacidad de transferencia a las políticas generales, en el que se indica que todos los proyectos han de incluir medidas específicas de difusión e intercambio de buenas prácticas, y sensibilización para impulsar un cambio de actitudes.

Las Administraciones Públicas, de esta manera, tratan de promover el acceso y el uso de las TIC entre las mujeres. En la mayoría de los casos, llevan a cabo estos proyectos en colaboración con asociaciones y entidades privadas que participan en los proyectos (sindicatos, asociaciones, la Federación Andaluza de Municipios y Provincias, empresas de mujeres) y en cooperación transnacional (es decir, junto con socios de otros países de la Comunidad Europea). Incluso, en ocasiones, la iniciativa parte de una asociación, que es respaldada por un organismo público, como es el caso de Cordobesas Enredadas.

A pesar de la cantidad de proyectos de formación y empleo innovadores que existen para mujeres, no hay una entidad administrativa ni una entidad privada que se dedique a sistematizar esta información. Por esta razón, resulta difícil realizar un análisis y evaluación de los proyectos que se están llevando a cabo. Sería recomendable, por tanto, hacer un esfuerzo de recogida, sistematización y clasificación de la información sobre estos proyectos.

Asimismo, sería conveniente desarrollar una política más estructurada en torno a la mejora de las oportunidades de las mujeres de cara a las TIC. Como hemos podido observar, existen experiencias piloto y proyectos considerablemente innovadores, pero en muy pocas ocasiones se les da una continuidad o se realiza un seguimiento. Sería conveniente la continuidad de las acciones que se están desarrollando para mujeres en relación con las TIC, observando y apoyando las experiencias piloto para que se puedan generar políticas generales estructuradas.

Los proyectos y medidas realizados, aunque son necesarios para impulsar el contacto de las mujeres con las TIC y mejorar sus oportunidades en la SI, no son suficientes. Uno de los aspectos que se debería tener en cuenta es la falta de acceso de muchas mujeres a la infraestructura necesaria para utilizar las TIC. Sería preciso facilitar el acceso a las TIC no sólo a través de la formación, sino también disponiendo de más espacios públicos en los que éstas puedan formarse, teleformarse o teletrabajar. Si bien algunos organismos o entidades públicas han puesto en marcha proyectos de creación de telecentros, se trata de unos pocos proyectos, que

difícilmente podrían cubrir la falta de acceso femenino a las infraestructuras necesarias para utilizar las TIC. En este sentido, una buena coordinación con las entidades privadas de las áreas rurales haría más fácil cubrir este objetivo.

Las Administraciones Públicas también median entre las mujeres y la SI a través de sus páginas Web. En ellas, ofrecen información, la posibilidad de comunicación vía correo electrónico y, en ocasiones, también servicios de asesoramiento en línea, de orientación, foros y exposiciones. Si bien estos servicios son muy útiles para las mujeres, algunos no resultan operativos. A veces esta falta de operatividad se debe a que las páginas Web no se actualizan con la suficiente regularidad, por lo que en ocasiones se da información sobre proyectos que ya no están en funcionamiento sin indicarlo. Otras veces (como ocurre en el caso de la mayoría de las diputaciones) se ofrece un servicio de correo electrónico, pero no se responde a los correos que las mujeres envían. La calidad, cantidad y operatividad de servicios e información ofrecida dependen siempre de cada diputación o institución concreta.

La comunicación entre las mujeres y las Administraciones Públicas se podría mejorar en gran medida si se hicieran operativos estos servicios. Un diálogo constante facilitaría el desarrollo de proyectos que respondan de manera adecuada a las necesidades y demandas de las mujeres, pues la comunicación hace posible conocerlos. Otra manera de conocer las necesidades y demandas reales de las mujeres es desarrollar estudios previos a la puesta en práctica de un proyecto en una región o localidad. En ocasiones, se realizan proyectos que resultan poco eficaces debido, precisamente, a este desconocimiento. Por ejemplo, se han desarrollado acciones formativas ofreciendo CD interactivos en áreas rurales, sin tener en cuenta que es precisamente en estas áreas donde las mujeres tienen menos acceso a las TIC y, por tanto, sin facilitar este acceso. En este sentido, si se desarrollara un proceso de comunicación más fluido o si se realizaran estudios previos acerca de las necesidades y demandas de las mujeres en relación con las TIC, la formación y el empleo, los proyectos se adecuarían en mayor medida a éstas.



9

**Diagnóstico de la situación
y conclusiones**

Al iniciar nuestra investigación nos planteábamos que la relación de las mujeres con la SI es diferente a la de los hombres, debido a que también lo es su posición en la sociedad y en la actividad económica. La situación y posición de las mujeres no ha sido algo estático a lo largo de la historia, sino que ha evolucionado en paralelo con los cambios económicos y sociales y, muy especialmente, estimulada por la lucha de las propias mujeres por su libertad y autonomía. Los cambios que implica la difusión de la SI, la utilización de sus herramientas (PC, Internet, correo electrónico) por parte de las mujeres están originando cambios en la actitud y en la posición femenina que pueden contribuir a la superación de las desigualdades de género y a la incorporación plena de las mujeres a la actividad pública.

En el curso de nuestra investigación hemos tenido en cuenta las aportaciones de otros autores (Castells, 1997 y 2000; Carnoy, 2000; Marcelle, 2000; Castaño *et al*, 1999) que nos han sugerido que, a pesar de que la difusión de las tecnologías no es neutral respecto al género, y a pesar de que sus efectos no sean tampoco homogéneos a través de las clases sociales y razas, las TIC ofrecen oportunidades a las mujeres para la expansión de sus proyectos económicos y para un cambio social, político y cultural positivo:

1. En la SI las mujeres aumentan y mejoran su presencia económica y social, y se incorporan masivamente al empleo, debido, por una parte, a que las TIC requieren mano de obra femenina; y por otra, a que el mercado laboral está segmentado por género y las mujeres constituyen el segmento más flexible.

Debido a la expansión de la educación, las mujeres han formado una bolsa de cualificación que los empresarios aprovechan. No se ven relegadas a los puestos menos cualificados, sino que realizan trabajos de cualificación similar a los hombres por un salario más bajo y en peores condiciones.

La flexibilidad de las mujeres como trabajadoras es muy superior a la de los hombres, debido a sus estrategias de supervivencia para ocuparse, a la vez, del trabajo y del hogar. Las mujeres predominan entre los empleos temporales, a tiempo parcial y cada vez más en el autoempleo. Son flexibles en horario, tiempo, y entrada y salida del mercado laboral.

2. La difusión de las TIC por la economía (automatización flexible; aumento de las tareas indirectas; aumento de los requerimientos de cualificación; horarios flexibles, teletrabajo) contribuye a mejorar la posición de las mujeres desde el punto de vista de la discriminación horizontal –presencia en todas las ramas productivas–, mientras que se mantiene la discriminación vertical, es decir, las mujeres y los hombres siguen accediendo a ocupaciones distintas.

3. La emergencia de la empresa-red acrecienta las posibilidades de las mujeres. Las TIC e Internet hacen posible que las redes, tradicionalmente circunscritas al ámbito femenino, se apliquen a la producción para gestionar su complejidad creciente.
4. Asimismo, la difusión de las TIC, su producción y consumo, se acompaña de valores que pueden contribuir a cambiar los estereotipos de género y crear identidades nuevas a las mujeres, además de conectarlas entre sí, reforzando la disposición de un discurso propio y de redes propias, lo que contribuye a fundamentar la autoestima y el empoderamiento.

Todos estos cambios en la forma de hacer negocios, de crear empleo, de trabajar y de vivir, significan nuevos retos y nuevas oportunidades para las mujeres, puesto que también ha cambiado el carácter de las diferencias entre hombres y mujeres. Antes eran diferencias de derechos y de formación. Hoy las mujeres superan a los hombres en títulos académicos y sus comportamientos laborales son similares a los de éstos, si no más eficaces y adaptables a las nuevas condiciones de la SI.

A continuación, nos hemos preguntado si, en consecuencia, la difusión de la SI puede contribuir a reducir las discriminaciones de género. Un argumento importante desde este punto de vista es que la productividad y el crecimiento económico ya no se sustentan en el esfuerzo físico, sino en la cualificación y las cualidades intelectuales y humanas. También hay más transparencia, mecanismos de acceso y promoción en el empleo. Por último, la flexibilidad (tanto en sus aspectos más positivos como en los negativos) y el teletrabajo abren gran campo al empleo y la participación femenina.

1. INDICADORES DE GÉNERO DE LA SI (ESPAÑA, UNIÓN EUROPEA)

En el capítulo 2 hemos considerado los indicadores de género de la sociedad de la información y el resultado obtenido es ciertamente preocupante:

- Por una parte, son todavía muy escasos los indicadores existentes acerca de las diferencias de género en la SI.
- A partir de los indicadores existentes, se deduce que son pocas las mujeres que están en la SI, las que acceden a esos beneficios potenciales.

Si en el año 2002 había en el mundo 605 millones de usuarios de Internet, de los que 190 millones eran europeos (accede a Internet una tercera parte de la población)

y 165 estadounidenses (accede casi la mitad de la población), en España los internautas son 7.850.000. Nuestro país se sitúa en el grupo de cola de los países de la UE, con indicadores muy rezagados. Sólo destaca la posición de España en las altas tasas de penetración de la telefonía móvil, que alcanza al 65% de los ciudadanos, muy cerca de la media europea (76%) y por encima de los Estados Unidos (44%). Sin embargo, todavía no se ha convertido en una herramienta relevante para el acceso a Internet.

En Andalucía, el panorama muestra algo más de retraso. Con datos del EGM, la penetración de Internet se sitúa en el 20,3% de la población, aunque se aproxima a la media española de 22,6%. Cinco provincias (Almería, Málaga, Cádiz Córdoba y Huelva) crecen más deprisa que la media española. Sin embargo, sólo el 21,59 de los hogares andaluces cuenta con un PC, frente al 30,83 de media en España y un máximo de 51,56% en Madrid (Fundación Auna, 2002).

Desde la perspectiva de género, en la Unión Europea el porcentaje de mujeres usuarias de Internet ascendía al 40%, muy por detrás de los varones, con el 56% (Fundación Auna, 2002). España se encuentra entre los países con mayor desigualdad de género (tasa masculina / tasa femenina es 1,63). Sin embargo, la situación ha mejorado y el porcentaje de internautas que son mujeres ha pasado del 27,5% del total en 1997 al 40% en 2002.

Esta baja tasa de utilización se debe a varias razones: las mujeres presentan tasas de actividad y empleo más bajas que los hombres, sus ingresos son también más bajos y ello dificulta la adquisición de equipos informáticos y la financiación del acceso a Internet; la mayoría de las mujeres trabajan en entornos menos informatizados (educación, salud, servicios sociales); tienen menos tiempo, como consecuencia de la doble jornada; y, sin duda, les influyen los prejuicios que encuentran en las carreras y profesiones técnicas, entornos masculinos en los que las mujeres son peor consideradas.

Según datos del CIS (Eurobarómetro, 2001), también las mujeres españolas son, en menor medida, usuarias de tecnologías de la información y la comunicación que los hombres. La diferencia más significativa se encuentra en el uso del ordenador personal: el 41% de los hombres utiliza el ordenador, frente a un 27% de mujeres. Las diferencias entre sexos son también notables en el número de usuarios de Internet y el correo electrónico: el 30% de los hombres encuestados afirmaba conocer y utilizar Internet, mientras que el porcentaje se reducía al 18% de las mujeres; en el caso del correo electrónico, 28% de los hombres y 16% de las mujeres.

Respecto a la frecuencia de uso de estas tecnologías, las pautas de comportamiento entre hombres y mujeres son similares: se utiliza con mayor frecuencia el teléfono

móvil y el ordenador, mientras que el uso de Internet y el correo electrónico es menos frecuente, si bien las usuarias utilizan con menor frecuencia que los varones todas las tecnologías señaladas.

Los motivos de las mujeres que no usan el PC son, por orden de importancia, el desinterés por esta tecnología, y el hecho de que se consideran mayores para utilizarlo. Los hombres, por su parte, aducen no tener interés por usar el PC, y no necesitarlo en el trabajo.

Respecto a Internet, el 32% de las españolas dice no necesitar la red en su vida privada, mientras este porcentaje desciende en el caso de los hombres al 25%. Otro dato relevante en este sentido es que sólo el 6% de las mujeres cree muy probable en un futuro próximo hacer personalmente la compra doméstica a través del ordenador, mientras que el porcentaje de hombres es ligeramente superior (8%).

Sin embargo, en el ámbito profesional las mujeres son más conscientes de su utilidad (así, el 20% de los hombres dice no necesitar Internet en el trabajo, porcentaje que se reduce a la mitad en el caso de las mujeres).

Los datos del EGM y de la encuesta realizada por el CIS (Septiembre 2001) confirman la posición desfavorable de la mujer frente al hombre en el acceso a las tecnologías. Así, mientras el 61% de los hombres accede a Internet desde su hogar y el 33% desde el trabajo, sólo el 54% y el 26% de las mujeres tienen conexión a la red en casa y el trabajo, respectivamente. Frente a esta situación de desequilibrio, la mujer opta por otras alternativas para acceder a la tecnología, como son el centro de estudios o la casa de algún amigo o familiar, con las restricciones que éstas conllevan, tanto por lo que respecta a horarios como a dependencia de terceras personas (los propietarios del equipamiento tecnológico priorizan sus usos frente a usos ajenos).

A partir de una comparación entre las actividades más habituales realizadas en Internet por los españoles, se observa que los hombres hacen, en general, mayor uso de los servicios proporcionados por Internet. Las actividades en las que las mujeres superan a los varones son las consultas de ocio y tiempo libre (TV, cine, espectáculos), y la compra o reserva de entradas para cines y espectáculos. También superan a los hombres en la participación en chats, siendo menor su actividad para el resto de los servicios, como el correo electrónico, acceso a la Web, transferencia de ficheros, etc.

Por la evolución de los usos de Internet en los últimos tres años, se aprecia que, si bien las mujeres continúan con tasas de utilización inferiores a las de los varones en el uso de servicios básicos, y su incorporación a la red fue posterior, las tasas de crecimiento interanual en el acceso a la Web son superiores.

La mitad de los correos electrónicos enviados y recibidos son de carácter personal, destacándose esta utilización ligeramente en el caso de las mujeres.

Por otra parte, respecto a las relaciones establecidas mediante Internet con la Administración Pública, un 58% de las mujeres dice no haber realizado contacto alguno mediante esta vía, mientras que el porcentaje en el caso de los hombres desciende al 50%.

De los indicadores de género aquí presentados se deduce que el ritmo de integración de las mujeres a la sociedad de la información es más lento que el de los hombres, contemplándose diferencias significativas en cuanto a la disponibilidad de equipamiento básico y nivel de uso, reflejo de las diferencias sociales y culturales de género existentes en la sociedad.

2. PERFIL DE LA USUARIA DE TIC ESPAÑOLA

La tecnología más utilizada por las españolas es, siguiendo el patrón general de uso en nuestro país, el teléfono móvil. Los usos principales son, en este orden, para conversar con amigos o familiares, para estar localizada en caso de avisos urgentes y para utilizarlo en caso de necesidad.

El ordenador personal y el acceso a Internet no se han difundido especialmente entre las mujeres españolas. A juzgar por las razones expuestas por las mujeres respecto a la no utilización de estas tecnologías, podríamos argumentar que el uso de los servicios de Internet y del ordenador personal está estrechamente relacionado con la actividad profesional desarrollada.

Un aspecto preocupante de los datos del Barómetro del CIS es el relacionado con el grupo de edad más joven (18-24 años) y el grupo de mujeres que podríamos clasificar como incipiente en el mercado laboral (mujeres con 25-34 años y con una experiencia laboral no superior a los 10 años de media), ya que en ambos se da un elevado porcentaje de mujeres que afirma que la razón principal para no utilizar el PC es el que no ha tenido ocasión de ello (33% y 29%, respectivamente).

El 61,4% de las españolas no utiliza Internet aun conociéndolo, y más de la mitad de las encuestadas (52,6%) afirma conocer el correo electrónico, pero no usarlo. Las jóvenes que utilizan el correo electrónico lo hacen fundamentalmente para contactos personales. Las mujeres con edades comprendidas entre 35 y 54 años, sin embargo, hacen un uso profesional del correo electrónico cercano al uso personal.

En cuanto a Internet, la principal razón que se argumenta para su no utilización es que esta herramienta no es necesaria en la vida privada. Ésto lo manifiestan las mujeres de 25 a 64 años. Las más jóvenes, sin embargo, aducen no tener un equipo adecuado para la conexión a Internet.

La edad es una variable de importancia en la disponibilidad y uso de las TIC. En el grupo de edad comprendido entre los 18 y los 24 años se encuentra el mayor número de usuarias. La tecnología utilizada por más mujeres jóvenes es el teléfono móvil (el 86% de ellas tiene un móvil). Respecto al resto de tecnologías: los grupos de las más jóvenes y las mujeres con edades comprendidas entre 25 y 34 años concentran un mayor número de usuarias de ordenador personal, de Internet y, en menor medida, de correo electrónico.

Respecto a la frecuencia de uso, es destacable que son más las mujeres entre 25 y 54 años que utilizan el PC diariamente que las jóvenes. Esto puede obedecer a que el ordenador se ha convertido en una herramienta imprescindible en el ámbito laboral, mientras que las mujeres jóvenes, previsiblemente estudiantes, usan esta herramienta más esporádicamente. Una mayor actividad laboral explicaría igualmente que sea el grupo de mujeres con edades entre 25 y 34 años, al que corresponde una mayor frecuencia en el uso de Internet, no siendo el grupo de edad con mayor número de usuarias.

La formación es otra de las variables socioeconómicas de interés para analizar los usos que las mujeres hacen de las tecnologías de la información.

Según el Barómetro del CIS las mujeres sin estudios no son usuarias de TIC, sobre todo de PC, Internet y correo electrónico. De hecho, el 57% de las mujeres entrevistadas sin estudios afirma no saber lo que es Internet. Se trata también del grupo con menor disponibilidad de teléfono móvil y menor frecuencia de uso de éste.

Las mujeres con un nivel de estudios primarios presentan unos índices ligeramente superiores: el 36% de las entrevistadas dispone de teléfono móvil, si bien no se alcanza el 5% en el uso del ordenador personal, y menos del 2% está conectada a Internet y utiliza el correo electrónico. El grado de desconocimiento de la red Internet es también muy alto para este nivel de estudios (33%).

Existe una diferencia importante entre el nivel de estudios primarios y los estudios secundarios. Así, un tercio de las mujeres con estudios secundarios entrevistadas por el CIS usa el PC, porcentaje que aumenta en el caso de las mujeres procedentes de Formación Profesional (42%). Internet y el correo electrónico es accesible para una de cada cuatro mujeres con niveles de formación secundaria.

Por su parte, tres cuartas partes de las universitarias utilizan el PC, y la mitad de ellas están conectadas a Internet y son usuarias de correo electrónico (los porcentajes de disponibilidad y uso son mayores para las universitarias de grado superior). La frecuencia de uso de las TIC por parte de estas mujeres es muy intensa (más de la mitad de ellas utiliza el ordenador todos los días, y una tercera parte se conecta a Internet diariamente).

Del análisis realizado se pueden extraer algunas conclusiones interesantes:

- El acceso a la sociedad de la información por parte de las mujeres españolas se irá generalizando a medida que más mujeres se incorporen al mercado laboral y utilicen las TIC como herramientas de uso profesional.
- El perfil de usuaria intensiva de las TIC corresponde al de una mujer con un nivel de estudios alto (frecuentemente estudios universitarios) y una edad comprendida entre los 25 y los 44 años. Por su parte, las mujeres más jóvenes (18-24 años) son las que hacen un uso más intensivo del teléfono móvil, pero utilizan menos habitualmente Internet y el correo electrónico, lo que puede deberse a una menor incorporación al mercado laboral.
- El nivel de formación es decisivo para la incorporación de la mujer a la sociedad de la información. Una tercera parte de las mujeres entrevistadas con un nivel de estudios primarios afirma no estar interesada en Internet, y un porcentaje similar opina no necesitarlo en su vida privada. Una de cada cuatro mujeres con este nivel de formación afirma no tener tiempo para aprender a usarlo o no saber usarlo.
- El uso de TIC y su frecuencia por parte de las mujeres españolas se explica, en gran parte, por las actividades que éstas desarrollan en la red. En este sentido, se observa que el porcentaje de mujeres que utiliza la red para realizar búsquedas de información y documentación aumenta a medida que se incrementa el nivel de estudios. Internet y el correo electrónico son herramientas valoradas especialmente por las mujeres con estudios (estudios universitarios, e incluso estudios secundarios), ya que les ofrecen servicios de valor añadido (gestiones bancarias, declaración de la renta, gestiones con la Administración a través de Internet menos utilizados por las mujeres con niveles de formación primarios).

Una vez comprobada la relativamente baja participación del conjunto de las mujeres españolas en la SI, el reto fundamental es estimular dicha participación, especialmente en Internet. Para ello es importante que se hagan conscientes de las ventajas que les puede reportar tanto en su vida profesional como en su vida privada. Esto se puede llevar a cabo a partir de hacer visibles las experiencias positivas de las mujeres que lo utilizan efectivamente. Para compartirlas y extender estas experiencias, para que sirva de estímulo a las mujeres que no están y para aprender cómo estimularlas a entrar en la SI.

Con este objetivo, hemos buscado información acerca de las características de las mujeres que utilizan las TIC en Andalucía, cómo accedieron a su uso y aprendieron a utilizarlas, para qué las usan, qué efectos tiene sobre su vida profesional, doméstica y personal. A lo largo de nuestra investigación, hemos planteado esas preguntas a mujeres que ya utilizan Internet y el correo electrónico para sus tareas cotidianas profesionales y laborales, para estudiar, para crear actividades económicas, artísticas, para realizar labores educativas y de formación. Mujeres que, en cada vez más casos, utilizan Internet y el correo electrónico también como herramienta para realizar determinadas tareas domésticas (compra) y como una forma más de relación con sus familiares y amigos. En definitiva, mujeres que aprovechan las posibilidades de la red para aumentar su presencia y protagonismo en todos los ámbitos de la vida pública y privada. Les hemos planteado estas cuestiones por medio de encuestas, grupos de discusión, entrevistas en profundidad y estudios de caso. Como conclusión, es necesario destacar que las mujeres innovadoras de Andalucía poseen un alto grado de acceso a las tecnologías de la información y la comunicación.

3. LAS MUJERES ACTIVAS EN ANDALUCÍA: EMPLEO Y EMPRESARIAS

Previamente, hemos elaborado la información disponible acerca de la situación de las mujeres andaluzas desde el punto de vista del empleo y de la empresa, especialmente en relación con las TIC.

La mujer andaluza muestra una posición relativamente buena en el empleo cuando se atiende a criterios de distribución, concentración y segregación por sectores de actividad, con los datos que ofrece la Encuesta de Población Activa. Las mujeres se ubican preferentemente en los servicios y, en gran medida, en las actividades terciarias más estrechamente relacionadas con la difusión y uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Y, lo que es más importante, su posición sectorial muestra pautas de evolución que implican el acceso a una situación laboral mejor, tanto en términos generales como respecto a la sociedad de la información.

Sin embargo, las conclusiones son distintas cuando lo que se analiza es la posición laboral de la mujer por ocupaciones laborales. En este aspecto, su ubicación es peor, vinculándose, sobre todo, con ocupaciones no manuales pero de cualificación intermedia (sólo moderadamente relacionadas con las TIC). También se aprecian efectos de polarización ocupacional, ya que, aunque las mujeres andaluzas poseen un peso importante en las ocupaciones de Profesionales, también lo tienen en las Ocupaciones Elementales. En conjunto, la evolución de la segregación ocupacional por género es adversa para las mujeres.

A pesar de lo anterior, la distribución de las mujeres ocupadas, concentradas en los cuatro grandes grupos ocupacionales, presenta una evolución más favorable que la de los hombres, puesto que están creciendo más en las ocupaciones no manuales y decreciendo en las manuales. Al contrario que los hombres, cuya ocupación en los trabajos manuales cualificados sigue siendo la que más aumenta.

En cuanto a las empresarias, colectivo que está adquiriendo una gran relevancia dentro de la población ocupada andaluza, con datos de la Encuesta realizada por el IDR en el año 2001, el empresariado femenino andaluz se caracteriza por sus niveles de cualificación medios, extremada localización de ventas, tamaños empresariales muy reducidos, por estar muy alejado de las tendencias de innovación y acceso a las TIC que se imponen en la economía del conocimiento, y ubicado en sectores de actividad altamente feminizados. Casi un tercio de las empresarias adujo el no encontrar empleo como motivo principal para crear su propio negocio, lo que implica que su visión estratégica empresarial esté más orientada al corto que al largo plazo, lo que puede frenar las actitudes proactivas de anticipación a los cambios de la demanda, así como los esfuerzos innovadores.

Su experiencia y dedicación, pese a que han de hacer frente a la doble jornada, les hace ser conscientes de la necesidad de desarrollar cambios en sus empresas en las áreas de innovación, formación, comercialización, y prestación de servicios, donde muestran sus principales carencias. Probablemente, esta toma de conciencia sea el primer paso para escapar del círculo vicioso derivado de sus reducidos volúmenes de facturación y sus dificultades financieras, que muchas veces les impiden acometer mejoras sustanciales y financiar los procesos de expansión necesarios.

4. PERFIL DE LA USUARIA DE TIC ANDALUZA

Con la información aportada por estos estudios y las sugerencias recogidas en el Panel de Expertas y Taller de Discusión, planteamos el trabajo de campo de nuestra investigación, consistente en la realización de una Encuesta a 200 mujeres innovadoras, entendiendo por tales empresarias, profesionales y profesoras residentes en Andalucía que utilizan Internet para su actividad profesional desde hace al menos un año; catorce entrevistas en profundidad a mujeres innovadoras informadoras clave; tres grupos de discusión (uno con estudiantes universitarias, otro con programadoras informáticas y el último con secretarías de dirección); así como siete estudios de caso.

Una vez finalizado el trabajo de campo, se elaboró el informe de investigación, cuyo contenido y conclusiones fueron sometidos a evaluación de las expertas con las que, asimismo, se propusieron y discutieron recomendaciones de actuación.

Los apartados que vienen a continuación resumen los principales resultados y conclusiones de la investigación. En el siguiente capítulo se exponen las recomendaciones y propuestas de actuación.

4.1. DISPONIBILIDAD Y MODOS DE ACCESO A LAS TIC

Las mujeres innovadoras de Andalucía han incorporado el ordenador personal al desarrollo habitual de sus tareas, tanto en el lugar de trabajo como en el hogar. Internet y el correo electrónico están muy extendidos en el ámbito laboral de estas mujeres. Aunque la dotación de TIC en el hogar alcanza a tres cuartas partes de las mujeres entrevistadas, en comparación con el ámbito laboral existe una diferencia de 20 puntos. En el hogar la tecnología más extendida es el teléfono móvil. Asimismo, son significativos los porcentajes correspondientes a la dotación de lectores de DVD y abono a televisión de pago, indicativos de una fuerte inversión en tecnologías audiovisuales por parte de las encuestadas.

Atendiendo a los diferentes grupos de mujeres innovadoras a los que se dirigía la encuesta, las profesoras aparecen como el colectivo con mayor disponibilidad de ordenador personal, sea éste fijo o portátil, tanto en el hogar como en el trabajo. Además, en el ámbito laboral las docentes son las que cuentan con mayor acceso a Internet, al correo electrónico y al fax. Las profesionales destacan por su mayor disponibilidad de tecnologías en el ámbito doméstico (teléfono móvil, acceso a Internet, correo electrónico, fax y DVD), lo que se explica teniendo en cuenta que su actividad profesional se realiza con frecuencia desde su casa. Por último, las empresarias hacen un uso intensivo del teléfono móvil en su lugar de trabajo.

El modo de inicio en la utilización de las TIC ha sido para la mayoría de las encuestadas y entrevistadas el lugar de trabajo (fundamentalmente, para el correo electrónico e Internet), seguido de la asistencia a cursos de formación, la familia o alguna amistad. Por otra parte, hay que insistir en el carácter autodidacta de su aprendizaje en el manejo de las TIC.

También podemos afirmar que las mujeres innovadoras andaluzas poseen una amplia experiencia en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Destaca especialmente el colectivo de profesoras universitarias, cuya iniciación en el uso de Internet y el correo electrónico se remonta a seis años atrás, para la cuarta parte de ellas, y a más de tres años para la mitad de las entrevistadas. Por su parte, las empresarias sobresalen por su experiencia en el uso del teléfono móvil, utilizado en gran medida en el ámbito profesional.

Las mujeres innovadoras consideran el ordenador personal como herramienta esencial en el desarrollo de su actividad profesional. En concreto, las profesoras son

las que manifiestan una mayor dependencia del ordenador personal, del acceso a Internet y del correo electrónico, mientras las empresarias valoran especialmente el teléfono móvil y las profesionales el fax y el correo electrónico.

4.2. LUGAR DE ACCESO

La mayoría de las mujeres, tanto las encuestadas como las entrevistadas, acceden a las TIC desde sus lugares de trabajo, seguido de los hogares; a mayor distancia, desde la casa de algún familiar o amigo, y, en último lugar, desde un terminal público.

En general, no se aprecian grandes diferencias en los datos desagregados por grupos ocupacionales de mujeres. La totalidad de las profesoras accede a las TIC desde su lugar de trabajo, descendiendo este porcentaje en el hogar. Son las empresarias las mujeres que en mayor medida acceden a las TIC desde la casa de un amigo o familiar, y las profesionales las que en mayor número lo hacen desde un terminal público y desde el hogar.

En relación con las entrevistas mantenidas con programadoras informáticas, hay que señalar como nota distintiva que éstas acceden a las TIC con la misma frecuencia tanto desde el trabajo como desde casa. Mientras, las secretarías indican como lugares de acceso, y en este orden, el lugar de trabajo, el hogar y la biblioteca (algunas de estas mujeres acuden a la biblioteca para conectarse a Internet, ya que les resulta difícil hacerlo desde casa porque normalmente está siendo utilizado por otros miembros de la familia). Entre las estudiantes universitarias lo habitual es acceder a las TIC desde el hogar, aunque también se conectan a la red desde los cibercafés o desde la universidad (aunque añaden que el uso de Internet en la Facultad tiene restricciones y se accede con dificultad).

4.3. FRECUENCIA DE USO

La frecuencia de uso de las TIC por parte de las usuarias andaluzas encuestadas es muy elevada. El 86% usa todos los días el ordenador personal, el 79% el teléfono móvil, el 72% el correo electrónico, el 70% Internet y el 43% el fax.

Estas tecnologías son utilizadas cotidianamente con independencia del grupo profesional al que pertenecen las mujeres. No obstante, los datos revelan que si las empresarias utilizan todos los días el ordenador personal, así como Internet y el correo electrónico y el fax, por el contrario el teléfono móvil es utilizado a diario en mayor porcentaje por las profesionales. Entre las profesoras, destaca la baja frecuencia en el uso del teléfono móvil y del fax.

Las mujeres entrevistadas en profundidad también han manifestado tener una frecuencia de uso de las TIC muy intensa. Según señalan, están conectadas a la red todo el tiempo que pasan en su lugar de trabajo, o bien conectan varias veces al día. Desde el hogar, la mayoría lo hace varias veces por semana, seguida por las que lo hacen todos los días.

Para las estudiantes universitarias la frecuencia de uso del ordenador personal y la búsqueda de información en Internet está en estrecha relación con el volumen de trabajos académicos que tengan que realizar. Sin embargo, otros servicios de Internet tienen una mayor aceptación y su frecuencia de uso es diaria, como es el caso de la de búsqueda de empleo. En este caso concreto algunas de las participantes están suscritas a páginas Web especializadas en empleo y reciben diariamente información ajustada a su perfil profesional, que a su vez reenvían a amigos a través del correo electrónico.

Las programadoras acceden a las TIC con una frecuencia muy intensa, diariamente, tanto desde el trabajo como desde casa.

La mayoría de las secretarías entrevistadas acceden a Internet y utilizan el correo electrónico todos los días desde sus lugares de trabajo. Sin embargo, desde casa, esta frecuencia desciende debido a la falta de tiempo y a que suelen ceder su tiempo de uso a otros miembros de la familia, tanto hijos, como maridos y hermanos. Las secretarías y las estudiantes (al no realizar un uso muy frecuente) son las mujeres de nuestro estudio que más insisten en que el uso de las TIC, desde el hogar, se ve monopolizado por parte de los hombres.

4.4. NIVEL DE CONOCIMIENTO

En cuanto al nivel de conocimiento de las TIC, es elevado entre las mujeres encuestadas. Casi el 80% de estas mujeres afirma tener mucho-bastante conocimiento del uso y manejo del ordenador personal, algo más del 75% del correo electrónico y casi el 70% de Internet. Por grupos ocupacionales se comprueba que son las profesoras las que mayor nivel de conocimiento poseen acerca de estas tecnologías. Aproximadamente, 9 de cada 10 profesoras tiene mucho o bastante conocimiento en el manejo de las mismas (y de este porcentaje, una cuarta parte posee mucho conocimiento).

Los resultados extraídos de las entrevistas en profundidad reafirman lo anterior: la mitad de las entrevistadas poseen un conocimiento avanzado de las TIC y la otra mitad un conocimiento como usuario.

En los grupos de discusión, las estudiantes manifiestan una opinión unánime respecto a la insuficiencia de la formación adquirida acerca de las TIC, especialmente desde el punto de vista práctico. Las programadoras, consideran que la formación que recibieron es insuficiente, y la mayoría de las secretarías indican que saben utilizar los paquetes ofimáticos, así como Internet y el correo electrónico, porque aprendieron por su cuenta, de forma autodidacta.

4.5. USOS Y SERVICIOS MÁS FRECUENTES DE LAS TIC

Una de las principales conclusiones sobre el uso de las TIC por parte de las mujeres encuestadas o entrevistadas en este Estudio es su mayor uso de todas las TIC, exceptuando el móvil, por motivos profesionales que por razones personales. Sin embargo, debemos recordar que la encuesta se ha realizado únicamente a mujeres trabajadoras.

El teléfono móvil es la única TIC utilizada en mayor medida para comunicaciones personales que profesionales, salvo para el grupo de las empresarias que lo usan con igual intensidad por ambos motivos. Las mujeres se han adaptado completamente a la SI en su ámbito profesional y, como veremos en el siguiente epígrafe, la mayoría consideran el PC e Internet herramientas imprescindibles en su trabajo.

Esto no significa que las mujeres sólo hayan incorporado las TIC en su trabajo: el uso del correo electrónico con familiares y amigos constituye el segundo uso de Internet para el 66,5% de las mujeres encuestadas. También son relevantes los porcentajes de mujeres que ya utilizan frecuentemente Internet para la realización de gestiones de la vida diaria (35%) o para el ocio (29,5%).

Además, es significativa la proporción de mujeres que utiliza Internet, cada vez más, para compaginar su vida laboral y personal, ya sea llevándose trabajo a casa (37,5%) o teletrabajando total o parcialmente (12,5%).

Respecto a los servicios más utilizados, este estudio confirma la importancia que tiene Internet para las mujeres como medio de comunicación. El correo electrónico supera en 15 puntos a la consulta de información como primer servicio de Internet. Asimismo, destaca el uso práctico de Internet y del correo electrónico por parte de las mujeres, que utilizan muy poco aquellos servicios más lúdicos, tales como la descarga de música y audio *on line*, los juegos en red, o los chats y foros personales.

En cuanto a las diferencias según grupos y actividades profesionales, éstas son únicamente pronunciadas en lo referente a los diferentes programas informáticos uti-

lizados o las páginas Web más visitadas. En estos casos, la ocupación laboral influye decisivamente en la diferenciación de los grupos por profesiones. Así, es lógico que sean las empresarias las que utilicen más las aplicaciones informáticas de gestión de empresas, o que sean las programadoras informáticas las que más lenguajes de programación utilicen. Y, por ejemplo, las profesoras visitan, sobre todo, páginas Web de ciencia y educación; las empresarias acceden a páginas de banca, negocios y finanzas; las profesionales de medios de comunicación, a prensa y noticias; las informáticas a páginas de ordenadores e Internet, etc.

Por último, se ha de señalar que las mujeres informadoras clave entrevistadas en profundidad se caracterizan por un uso más intensivo, avanzado e innovador de las TIC que las mujeres que respondieron a la Encuesta, debido, sobre todo, a tener normalmente una experiencia de uso más larga y más conocimientos. Así, muchas de ellas no sólo acceden a Internet como usuarias, sino también como creadoras de contenidos y servicios en la red. La mayoría de las entrevistadas practica el teletrabajo, ya sea total o parcialmente, trabajando desde casa algunos días, para una mejor conciliación de sus vidas personales y profesionales. Asimismo, realizan numerosas gestiones a través de Internet, ya sea de banca *on line* o de compra.

4.6. VENTAJAS Y LIMITACIONES DE LAS TIC

En general, la casi totalidad de las mujeres encuestadas (en porcentajes cercanos al 90%), independientemente de su edad u ocupación profesional, muestra un alto grado de satisfacción con el uso de todas las TIC. Y no son precisamente las TIC más fáciles de utilizar y más tradicionales, como el fax o el teléfono móvil, las que presentan porcentajes de satisfacción superiores, sino aquellas TIC en cuyo uso las mujeres encuentran mayores utilidades y ventajas, que son, por este orden, el PC (96%), el correo electrónico (92,5%) e Internet (89,5%).

Que las mujeres estén muy satisfechas con el uso de las TIC, no significa que no perciban todavía problemas importantes en el desarrollo y utilización de Internet y el correo electrónico. Las limitaciones más señaladas por las mujeres son problemas:

- de falta de seguridad, debido a carencias en el desarrollo e implantación del software,
- de las infraestructuras de acceso, ya sean relativos a su alto coste o a las todavía numerosas deficiencias en las comunicaciones, y
- de pérdida de tiempo, debido al volumen y falta de organización de la información almacenada en Internet.

Muchas de las mujeres plantearon también las deficiencias de infraestructuras y servicios en las zonas rurales como una de las grandes insuficiencias a resolver. Sin embargo, casi ninguna mujer encuestada o entrevistada considera que estas TIC sean difíciles de manejar.

A pesar de estas limitaciones, las mujeres innovadoras reconocen que las ventajas que ofrecen las TIC son muy superiores a los inconvenientes. El principal beneficio que encuentran en el uso de Internet y el correo electrónico son los avances logrados en la rapidez y comodidad de las comunicaciones, tanto profesionales como personales. También valoran muy positivamente la posibilidad de obtener formación *on line*, frente a la formación tradicional de carácter presencial, y de ser más creativas gracias al enorme volumen de información accesible a través de Internet.

Las mujeres encuestadas son menos conscientes, sin embargo, de los beneficios que les puede aportar Internet para conseguir un empleo o crear una empresa. Aun así, las mujeres más jóvenes sí hacen uso de Internet para buscar empleo y varias de las entrevistadas reconocían la ayuda de Internet a la hora de crear sus empresas.

También se preguntó a las mujeres innovadoras por su grado de acuerdo o desacuerdo con diversas ventajas e inconvenientes que presenta el uso de las TIC, obteniendo resultados globales muy positivos. En lo referente al ámbito profesional, el 95% reconoce que las TIC les ofrece ventajas para su vida profesional, el 78% que se sienten mejor informadas, y el 66% que facilitan la incorporación de las mujeres al mercado de trabajo. Con respecto al ámbito personal, el 64,5% opina que las TIC facilitan la resolución de problemas de la vida cotidiana, si bien sólo el 31% de mujeres las perciben como herramientas necesarias en su vida personal, al contrario que su percepción de las TIC como instrumentos esenciales en el ámbito profesional. Sólo las mujeres más innovadoras reconocen la ayuda de Internet y el correo electrónico para compatibilizar su vida laboral y personal.

En cuanto a cuestiones más genéricas como los cambios socioeconómicos provocados por la introducción de las TIC, la mayoría estima que los efectos, en general, están siendo positivos, pues cree que contribuyen a un mayor bienestar y progreso.

En conclusión, para las mujeres Internet y el correo electrónico suponen un ahorro de tiempo y dinero en el acceso a información y servicios, así como en las comunicaciones. Y consideran que esta ampliación de las posibilidades de información y comunicación multidireccional constituye un instrumento fundamental de desarrollo profesional y personal.

5. TIPOS DE USUARIAS DE LAS TIC

A partir de las aportaciones de las mujeres que han colaborado en nuestra investigación hemos elaborado tipos o perfiles de mujeres usuarias de la sociedad de la información, destacando algunos rasgos notables respecto a su relación con las TIC.

5.1. ESTUDIANTES UNIVERSITARIAS: USUARIAS PASIVAS

Esta generación de 18-24 años ha vivido el periodo de transición de las instituciones educativas y la sociedad (los hogares) a la incorporación a Internet y la sociedad de la información, convirtiéndose en una generación desorientada y carente de vínculos sólidos respecto a las nuevas tecnologías (a las carencias formativas regladas en TIC, se le une el que aún no se han incorporado al mercado laboral).

Cuando cursaban estudios secundarios, no se impartían asignaturas relacionadas con las TIC. En cuanto a la formación TIC adquirida en la universidad, las estudiantes manifiestan una opinión crítica, ya que creen que prevalece excesivamente la teoría sobre la práctica y no se adapta de forma rápida a los cambios sociales y a las necesidades del mercado laboral. Tampoco cuentan con facilidades de acceso. En la universidad los puntos de acceso son escasos y en sus hogares son los varones los que controlan el ordenador.

Los usos de Internet por parte de las estudiantes son reducidos, si bien lo emplean de forma práctica en relación con sus intereses más inmediatos, académicos y de búsqueda de empleo. En general no conciben Internet como un medio de ocio, de comunicación y búsqueda de información de interés personal a diferencia de generaciones posteriores. No conocen los servicios que puede ofrecerles Internet. De forma muy minoritaria acceden a chats.

Teniendo en cuenta los inconvenientes señalados y analizando las aplicaciones que las estudiantes universitarias dan a las nuevas tecnologías se deduce cierta pasividad en el uso de Internet. En general, extraen poca utilidad de su uso y ceden su tiempo de Internet, puesto que no le conceden importancia a las eventuales ventajas que les ofrece debido al desconocimiento de éstas.

5.2. PROGRAMADORAS INFORMÁTICAS: USUARIAS EXPERTAS

Jóvenes entre 25 y 34 años, usuarias expertas con especialización profesional y técnica en el campo de la informática e incorporadas al mercado laboral. Son plenamente conscientes de la importancia de las TIC y su impacto en la sociedad, y este

convencimiento ha sido clave a la hora de enfocar su carrera profesional hacia el área informática. Su trabajo diario se realiza con ordenadores e intervienen directamente en la introducción de las TIC en las empresas andaluzas.

Su alto grado de conocimiento de las TIC las convierte en usuarias intensivas de estas tecnologías, tanto en el trabajo como en su vida personal. No podrían trabajar sin ordenador, aunque Internet no es tan importante en el desarrollo de sus tareas profesionales y podrían prescindir de su uso. Respecto al correo electrónico hay división de opiniones: mientras algunas programadoras afirman poder realizar su trabajo sin esta herramienta, otras lo consideran imprescindible para trabajar.

Se trata de un tipo de usuaria de TIC muy crítica respecto a sus condiciones de trabajo y también respecto a los conocimientos adquiridos en su etapa de formación. Asimismo, manifiestan ideas muy claras respecto a las ventajas y limitaciones que las nuevas tecnologías pueden brindarles. El beneficio que estas mujeres identifican como más importante es el ahorro de tiempo. Frente a ello, son conscientes de que existen todavía muchas limitaciones que es necesario erradicar, como son la lentitud de las conexiones y el elevado coste de acceso a Internet.

Su relación con la red Internet ha tenido diferentes etapas, desde la euforia inicial en la que se “abusaba” de la red (intensa participación en chats y foros) a una etapa posterior, la actual, en la que afirman hacer un uso más racional y práctico de los recursos electrónicos.

5.3. SECRETARIAS DE DIRECCIÓN: USUARIAS ENTUSIASTAS

Profesionales entre 35-44 años, con 15-20 años de experiencia laboral, son un tipo de usuaria entusiasta de las tecnologías de la información y la comunicación. Consideran que las TIC son herramientas de gran utilidad que enriquecen tanto su desarrollo profesional como personal. Su nivel de conocimiento de las TIC es el de usuarias y manejan con eficacia la mayor parte de las aplicaciones ofimáticas.

Han sido testigos directos del impacto de las tecnologías en las empresas. La introducción de la informática les sorprendió en sus puestos de trabajo y la adaptación a las nuevas tecnologías la han realizado en paralelo al cumplimiento de sus obligaciones laborales, en muchos casos de forma autodidacta, en una época en la que los cursos de formación eran escasos. Estas mujeres están viviendo la transición desde la pre-sociedad de la información hacia la post-SI. Su experiencia autodidacta les hace no tener miedo al fracaso y esta actitud les facilita cualquier proceso de aprendizaje.

A pesar de su experiencia propia creen que la edad y la condición laboral son factores determinantes para el uso de las TIC por parte de las mujeres. Las de edad más avanzada y aquéllas que no tienen un empleo fuera del hogar apenas tienen acceso a la tecnología: es caro acceder a las TIC desde el hogar, y un gran porcentaje de mujeres desconoce su utilidad y manejo. Además, disponen de menos tiempo que los hombres debido a las responsabilidades domésticas y familiares.

5.4. TELETRABAJADORAS AUTÓNOMAS: USUARIAS PRAGMÁTICAS Y EXIGENTES

Profesionales teletrabajadoras autónomas, entre 35 y 45 años, cuya iniciativa personal les ha permitido establecer un negocio propio basado en sus conocimientos y apoyado en las nuevas tecnologías para desarrollar su trabajo (teletrabajo). Trabajan en sus hogares, suelen vivir en el campo o en localidades periféricas de las grandes ciudades. Precisamente las TIC (sus hogares están dotados de ordenador personal, teléfono, conexión a Internet, correo electrónico) favorecen el desarrollo de sus negocios, a la vez que contribuyen a mejorar su vida personal (ahorro de tiempo en traslados a la oficina, que se cambia por tiempo libre para cultivar otras aficiones).

Estas profesionales se caracterizan por su visión pragmática de las TIC. En algunos casos son expertas informáticas, pero en otros, las manejan únicamente como usuario. En este caso, su aprendizaje ha sido intuitivo: a medida que han aparecido TIC las han ido adaptando a sus actividades profesionales conforme comprobaban su utilidad.

Los usos más frecuentes en el ámbito laboral son aquéllos relacionados con la comunicación. Utilizan el correo electrónico para mantener el contacto con clientes y proveedores, intercambiar todo tipo de documentos y, en algunos casos, recurren al teléfono para realizar reuniones con clientes, colaboradores, etc. Además, suelen participar activamente en foros de discusión profesionales.

Las aplicaciones de Internet en la vida personal de estas profesionales son frecuentes y variadas, motivadas tanto por el emplazamiento geográfico de sus “hogares-oficinas”, como por su amplio conocimiento de la oferta de servicios disponible en Internet.

Las teletrabajadoras autónomas son usuarias exigentes de Internet. En este sentido suelen realizar reclamaciones a los proveedores de telecomunicaciones, que no ofrecen un servicio adecuado a sus necesidades. También están preocupadas por la seguridad en la red. Por último, reclaman nuevas utilidades y servicios no existentes todavía en Internet, como por ejemplo guías de referencia de páginas Web de interés profesional.

5.5. PROFESORAS UNIVERSITARIAS: USUARIAS REFLEXIVAS

Con edades comprendidas entre los 35 y los 54 años, tienen un alto grado de especialización profesional, como corresponde a los estudios universitarios. En general, estas mujeres manifiestan una inquietud por la reflexión sobre la SI y las transformaciones que ésta ocasiona en distintos ámbitos sociales.

Disponen de ordenador personal, acceso a Internet y correo electrónico, tanto en su entorno laboral como en su hogar, y los utilizan diariamente. Su acercamiento y aprendizaje de las TIC ha sido generalmente autodidacta, impulsado por colegas o amigos, aunque hayan realizado con posterioridad algún curso de formación específico. Se trata de un grupo de usuarias de TIC con amplia experiencia, ya que usan el ordenador e Internet desde hace años.

En el ámbito laboral estas profesionales han incorporado las TIC como una herramienta de trabajo fundamental, de la que, afirman, sería difícil y, en algunos casos, imposible, prescindir.

El servicio de Internet que más utilizan es la consulta de información en la Web, ya que una parte importante de su actividad universitaria está relacionada con la investigación. La comunicación mediante el correo electrónico es también muy utilizada, tanto para relacionarse con colegas como para contactos personales. Las profesoras, además, se sirven de las TIC para continuar el trabajo desde su hogar y para trabajar en red. En este sentido valoran muy positivamente las posibilidades de las TIC para crear redes de colaboración profesional y facilitar la cooperación con otras instituciones.

Las profesoras son creadoras de contenido en la red, ya que en general disponen de un espacio en la Web de su universidad, y en algunos casos, producen y alimentan páginas Web con informaciones especializadas, e incluso páginas personales. Su dedicación a la docencia implica además una reflexión sobre las nuevas tecnologías y su aplicación al campo de la enseñanza. Por otra parte, su elevado nivel formativo y sus intereses e inquietudes profesionales las convierten en grandes demandantes de teleformación.

5.6. PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN: USUARIAS UTÓPICAS

Con edades comprendidas entre los 25 y los 44 años la labor profesional de estas mujeres refleja los cambios que está experimentando la profesión periodística. Algunas de ellas se dedican a generar información sobre nuevas tecnologías en medios de comunicación tradicionales; otras han creado y gestionan boletines y revistas electrónicas; algunas participan en la construcción y actualización de portales de servicios, o desarrollan labores de desarrollo y comercialización de contenidos *on line* sobre temas específicos

Su acercamiento a las nuevas tecnologías se ha realizado, por lo general, en el ámbito laboral. El aprendizaje de las TIC se debe a una labor autodidacta, impulsada en algunos casos por familiares y amigos, y reforzada con cursos de formación específicos, que en ocasiones han sido el germen de proyectos empresariales de comunicación.

Las TIC, y en concreto Internet, son para estas mujeres fuente de información y herramienta de trabajo fundamental, de la que afirman no podrían prescindir, ya que sus trabajos se fundamentan en las nuevas tecnologías o tratan en torno a estos temas.

Profesionalmente, el uso (diario) que hacen de la red es muy intenso. Internet es utilizada como fuente documental y a la vez se constituye en el soporte de la información que ellas generan. La labor periodística que realizan no se limita a la investigación, sino que el volumen de información existente en Internet les ha obligado, en parte, ha convertirse en gestoras de dicha información. Contactan con colaboradores, oyentes (en el caso de la radio) y lectores a través del correo electrónico. En algunos casos se relacionan exclusivamente a través de la red con sus teletrabajadores. Utilizan también el correo electrónico para continuar el trabajo en casa, mientras la intranet es utilizada frecuentemente para trabajar en grupo.

Internet también se utiliza en la vida personal, aunque con menos frecuencia que en el ámbito laboral, destacándose las comunicaciones por correo electrónico para contactar con familiares y amigos.

La experiencia de estas profesionales en la red les hace ser optimistas respecto a las oportunidades que esta herramienta puede ofrecer a las mujeres (oportunidades laborales, creación de espacios de comunicación y reflexión compartidos, etc.).

5.7. DIRECTIVAS: USUARIAS ESCÉPTICAS

Jóvenes universitarias con edades de entre 25-34 años. El trabajo ha sido para ellas el lugar de encuentro con las tecnologías de la información y la comunicación, y actualmente es en este ámbito donde más las utilizan. En su actividad profesional las TIC son especialmente valoradas por estas mujeres como herramienta de gestión. En este sentido, afirman no poder prescindir del ordenador, de Internet y del correo electrónico. Si esto ocurriese, la gestión de su empresa resultaría muy lenta.

Respecto a su ámbito privado, el uso es menos intensivo que en el laboral (algunas directivas, incluso, no disponen de equipamiento informático en su hogar), destacando la banca *on line*.

Las ventajas de las TIC más apreciadas por las directivas son la rapidez en el acceso a la información y el ahorro de tiempo que conlleva, así como la mejora en las comunicaciones. Entre sus preocupaciones se encuentra la seguridad en Internet y, como limitación fundamental, señalan las malas conexiones. También les gustaría que la información estuviese mejor organizada en la red.

Tienen una visión escéptica de Internet y de las nuevas tecnologías. Las TIC son únicamente unas herramientas más que agilizan su trabajo y en ningún caso creen que puedan constituirse como factor clave para el éxito profesional. El teletrabajo no es considerado por este tipo de usuaria como una opción eficiente (ni personal, ni profesionalmente), ya que, opinan, es imposible prestar atención a dos trabajos simultáneamente.

5.8. AMAS DE CASA: USUARIAS POTENCIALES

En general, el aprendizaje inicial de TIC de estas mujeres (alejadas del mercado laboral) se realiza en el hogar, a través de otros miembros de la familia, o bien mediante cursos formativos.

Entre las amas de casa que acuden a los cursos de alfabetización digital es muy frecuente encontrar mujeres con edades comprendidas entre los 25 y los 45 años, con estudios secundarios, que en la mayor parte de los casos abandonaron el ámbito profesional por la dedicación al hogar y al cuidado de la familia.

Las amas de casa se sorprenden al comprobar que el proceso de aprendizaje es menos difícil de lo que esperaban. Los primeros usos de las TIC que se realizan en el aula son aquéllos que parecen más novedosos o ventajosos (los que ofrecen un beneficio visible de inmediato), como el envío de correo electrónico a familiares que viven en otros países o ciudades, aunque también se suele buscar información diversa (son muy frecuentes las búsquedas de recetas de cocina, temas culturales o noticias en la prensa del corazón). Las más jóvenes se suelen inclinar por los *chats*, pero en general el tiempo de clase está guiado por un tutorial y se suelen visitar páginas institucionales y de servicios.

Estas amas de casa presentan en general un conocimiento básico de las tecnologías, que, sin embargo, es el primer paso para integrarse en la SI y erradicar la brecha digital. El gran problema al que se enfrentan es el del acceso a las tecnologías. Muchas de ellas no disponen de equipamiento informático en su casa. En otros casos, aun estando la tecnología presente en sus hogares, las mujeres ceden su tiempo de ordenador y de Internet a otros miembros de la familia (hijos, marido, etc.).

En este sentido, comentan que sería conveniente fomentar la creación y puesta en marcha de puntos de acceso público a Internet, desde los que las mujeres y en general los ciudadanos pudieran continuar utilizando los servicios de la sociedad de la información.

6. IMPACTO DE LAS TIC SOBRE LA VIDA PROFESIONAL Y DOMÉSTICA DE LAS USUARIAS ANDALUZAS

6.1. USOS DEL TIEMPO

Uno de los efectos decisivos de la utilización de las TIC (PC, correo electrónico, Internet) sobre la vida de las mujeres y de los hombres es su impacto sobre los usos del tiempo. A lo largo de la historia de la humanidad, las innovaciones tecnológicas han implicado, regularmente, ahorros de tiempo en la realización de tareas de producción, de transporte, domésticas, de guerra, y también cambios en el significado del espacio, especialmente en la relación espacio-tiempo, lo que normalmente entendemos por distancia. Estos efectos pueden ser espectaculares en el caso de las TIC. La posibilidad de enviar y recibir todo tipo de informaciones (texto, imágenes, voz) en cualquier momento y desde/hacia cualquier lugar afectará drásticamente –ya lo está haciendo– a nuestra vida cotidiana. Pero estos efectos solo se apreciarán en toda su magnitud por parte de las organizaciones y los individuos que utilizan intensivamente las tecnologías.

Por el momento, su impacto sobre los usos del tiempo de las mujeres innovadoras andaluzas se manifiesta de forma mucho más evidente (casi 3 veces más) en el caso de las tareas profesionales que en el de las domésticas: nueve de cada diez encuestadas perciben con claridad ahorros de tiempo derivados de las TIC en sus tareas profesionales, mientras que sólo cuatro de cada diez lo percibe en relación con las domésticas.

En general, no se aprecia que aumenten los requerimientos de tiempo de unas y otras tareas como consecuencia de la utilización de las TIC, y sólo uno de cada tres encuestadas considera que el correo electrónico le absorbe mucho tiempo. También se quejan de que les exige dedicar tiempo para formación en TIC y a veces les hace llevarse trabajo a casa (sobre todo, a las profesoras).

Sin embargo, se aprecian otros efectos enormemente positivos porque las mujeres innovadoras valoran que el uso de las TIC les ofrece más libertad para decidir los usos de su tiempo en cada momento, que les permite realizar gestiones de forma más fácil y rápida, trabajar desde casa o desde cualquier lugar, buscar información y recibir formación.

6.2. COMBINAR LAS TAREAS PROFESIONALES Y LAS DOMÉSTICAS

Los usos de Internet y el correo electrónico más relacionados con la facilidad para combinar responsabilidades profesionales y domésticas, y que a su vez son más frecuentes entre nuestras mujeres innovadoras, son la comunicación con la familia y los amigos (dos de cada tres encuestadas); continuar el trabajo desde casa (una de cada tres encuestadas, que en realidad están, de esta manera, practicando el teletrabajo); y realizar gestiones (una de cada tres encuestadas).

Aunque de manera general y directa no consideran que la utilización de Internet y el correo electrónico les ayude a combinar responsabilidades profesionales y domésticas, están de acuerdo en que les permite hacerlo de forma más fácil que antes. Por ejemplo, para contactar con amigos y familiares, o para resolver de forma más fácil los problemas de la vida cotidiana y comunicarse más unas personas con otras. También les parece positivo el hecho de que muchas mujeres que no podían trabajar ahora puedan hacerlo.

Entre las mujeres innovadoras que han colaborado en nuestra investigación predomina la idea de que las TIC facilitan la vida porque permiten mejoras importantes en cuatro aspectos sustanciales:

- Superar limitaciones de tiempo gracias a la flexibilidad de horarios.
- Superar limitaciones espaciales gracias a la posibilidad de trabajar desde cualquier localización.
- Continuar el trabajo desde casa.
- Buscar información y hacer gestiones de forma más rápida.

6.3. TELETRABAJO

En relación con el teletrabajo como alternativa para facilitar la combinación de responsabilidades profesionales y domésticas, la opinión de dos de cada tres encuestadas es favorable, aunque se matizan cuáles son sus principales ventajas e inconvenientes.

Algunas ventajas claras de esta modalidad laboral son la flexibilidad de horario (para organizar el tiempo propio), la flexibilidad de espacio (trabajar desde casa, no desplazarse) y la posibilidad de atender mejor a los hijos.

Pero también se muestran cautelas y reservas. Especialmente, preocupa el hecho de que sea una modalidad de empleo casi exclusiva para mujeres. Insisten en la necesidad de separar trabajo y familia (en tiempos y espacios), incluso trabajando desde

casa. Y temen el riesgo del aislamiento social y de trabajar mucho más por mucho menos, tanto en el ámbito profesional como en el doméstico.

Nuestras entrevistadas, así como las participantes en los grupos de discusión, se muestran muy críticas con el teletrabajo como opción para combinar responsabilidades laborales y familiares, y coinciden en algunos argumentos:

- El teletrabajo es una opción que se ofrece más a las mujeres y, en menor medida, a los hombres.
- El teletrabajo puede ser una trampa para las mujeres, ya que supone que asuman nuevas tareas (profesionales) sin abandonar las tradicionales (domésticas).
- Se considera un retroceso que la mujer regrese al hogar para trabajar, ya que ese regreso probablemente significará trabajar más horas.
- El teletrabajo puede contribuir a perpetuar el doble trabajo y la discriminación, convirtiendo a la mujer en una especie de ama de casa ilustrada.

En resumen, muchas de estas mujeres reconocen que con frecuencia continúan trabajando desde casa gracias a las TIC (PC, Internet, teléfono móvil), lo que en realidad es una de las formas de teletrabajo. Sin embargo, lo rechazan como relación laboral por las posibilidades de aislamiento, deterioro de las condiciones laborales e incremento excesivo de la carga de trabajo.

Sin embargo, las encuestadas y entrevistadas parecen atribuir al teletrabajo determinados problemas que, en realidad, son consecuencia de la condición de trabajador autónomo, así como de la existencia de relaciones de poder en los centros de trabajo que priman la presencialidad sobre el conocimiento o la eficacia. También se muestran preocupadas por la persistencia de esquemas socioculturales tradicionales en los que las personas se relacionan socialmente a través del trabajo, mientras que las mujeres que se quedan en el hogar se han de encargar de las tareas domésticas. Es importante señalar que estos inconvenientes no son inherentes al teletrabajo, que no implica un completo aislamiento del mundo laboral. En realidad, cada vez más personas teletrabajan parcialmente o trabajan en red, y esto no significa un trabajo continuo desde el hogar, sino desde cualquier lugar, ya sea un telecentro, un *business centre*, o cualquier otra modalidad.

7. TENDENCIAS, ACTITUDES Y OPINIONES DE LAS USUARIAS ANDALUZAS

7.1. TENDENCIAS DE CAMBIO A LA LUZ DE LAS EXPERIENCIAS DE LAS USUARIAS ANDALUZAS

EL USO DE LAS TIC CONTRIBUYE A INCREMENTAR LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LAS MUJERES, AUNQUE NO SEA DE FORMA DIRECTA, SINO INDIRECTA

Como se ha expuesto, las mujeres innovadoras tienen una percepción muy positiva de los cambios de la actividad femenina por el uso de las TIC, ya que permite trabajar a muchas mujeres que anteriormente no podían hacerlo, contribuye a que estén mejor informadas y sean más creativas, y a que la gente, en general, se comunique más entre sí.

Aunque no aprecian una relación directa entre el uso de las TIC y la creación de su empresa o la obtención de su empleo, se muestran de acuerdo con la contribución de las TIC a la ampliación de la empresa y el mantenimiento del empleo. De hecho, para muchas mujeres ha supuesto “encontrar trabajo en la primera entrevista”, “cambiar de empresa”, “poder trabajar como profesional independiente”.

También se valora muy positivamente la contribución de Internet y el correo electrónico para el establecimiento de contactos profesionales, creación de redes, asociaciones y para las más jóvenes (estudiantes, informáticas) constituye una de sus herramientas principales para buscar empleo.

Y CONTRIBUYE A LA REDUCCIÓN DE LA DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO AL HACER MÁS VISIBLE EL TRABAJO DE LAS MUJERES

Las mujeres usuarias de Internet se sienten cómodas con las TIC. No consideran que el lenguaje utilizado en la red sea masculino ni que se haya elaborado pensando en un usuario varón. Sin embargo, opinan que la discriminación es intensa en los sectores de TIC, no sólo en cuanto a salarios o ascensos, sino también a la hora de hablar de cuestiones técnicas, porque los hombres todavía prefieren tratar estas cuestiones entre ellos, antes que con colegas de sexo femenino.

El efecto de reducción de la discriminación que se aprecia con más claridad es que el trabajo de las mujeres se hace más visible y ello contribuye a mejorar su posición. Este aspecto es mucho más valorado por las mujeres con más edad y

experiencia profesional que por las más jóvenes. Profesoras, profesionales y secretarías insisten en que en las comunicaciones a través de Internet los atributos físicos se difuminan y ello pone en primer plano los resultados, la eficacia en el trabajo y aminora las posibilidades de actitudes sexistas. Muchas mujeres, conscientes del problema de la visibilidad del trabajo femenino, utilizan el correo electrónico para todo tipo de comunicaciones profesionales, de manera que quede constancia de sus realizaciones.

LAS USUARIAS DE INTERNET APRECIAN LOS EFECTOS POSITIVOS DE LA FLEXIBILIDAD

Tanto las encuestadas como las entrevistadas se muestran conscientes de la flexibilidad laboral que hace posible Internet y las TIC, valorando más los aspectos positivos de creación de empleos y movilidad del mercado de trabajo y mucho menos los relativos a la inestabilidad laboral. Probablemente esto se debe, por una parte, a que las mujeres, como colectivo laboral, cuentan con una larga experiencia de interrupciones, movilidad y cambios de situaciones que en algunos casos les han sido impuestas por las prácticas discriminatorias de las empresas -que en los despidos o regulaciones de empleo siempre han preferido empezar por las mujeres-, y en otras, por situaciones familiares (maternidad, traslado del marido, etc.). Esto corrobora que, además de ser mano de obra más flexible, son conscientes de ello.

Sin embargo, el colectivo estudiado en nuestra investigación, por sus características personales y profesionales (edad, estado civil, nivel de estudios, situación profesional) puede beneficiarse de la flexibilidad “elegida” por ellas mismas, como estrategia de desarrollo profesional, frente a la flexibilidad “impuesta” a muchas otras mujeres cuyas condiciones de partida no son tan favorables y que, en ese caso, pueden sufrir el deterioro de sus salarios y condiciones de trabajo al rotar de unos empleos flexibles a otros igualmente flexibles.

7.2. ACTITUDES DE LAS USUARIAS ANDALUZAS

¿QUÉ ESPERAN DE INTERNET LAS MUJERES?

Las expectativas de las mujeres innovadoras ante la SI son positivas: nuevas y mejores posibilidades de futuro profesional, ayuda en los estudios, obtener todo tipo de información de manera fácil y rápida, conectarse y comunicarse. Por el contrario, parecen menos sensibles a visiones negativas como que las personas se vuelvan menos comunicativas por culpa de Internet. Esto último preocupa especialmente a las mujeres más maduras y muy poco a las más jóvenes.

También esperan avances que les sean favorables en varios aspectos:

- Democratización del acceso a Internet, siempre que se reduzcan los costes de instalación y uso, y se incrementen los puestos públicos de acceso.
- Mejora de los contenidos (calidad, abundancia) sin que se imponga ningún tipo de censura (empresarial, política, religiosa o moral).
- Feminización de la red.

LAS MUJERES BUSCAN SERVICIOS QUE NO ENCUENTRAN EN INTERNET

De todos los servicios que las mujeres desearían pero no encuentran en Internet, destacan tres:

- Buscan información y no les satisface lo que encuentran. Quieren que la información mejore en todos los sentidos: calidad, fiabilidad, organización, seguridad.
- Quieren comprar pero no lo consiguen. Desean que no fallen las conexiones, que los sistemas de pago sean más seguros.
- Quieren que realmente les facilite tanto las tareas domésticas como las profesionales (trámites administrativos, compra, formación) para que sea más fácil combinar unas tareas y otras.

7.3. OPINIONES DE LAS USUARIAS ANDALUZAS

¿QUÉ IMAGEN TIENEN DE LAS USUARIAS DE INTERNET?

Hay tres características de la usuaria típica de Internet en que coinciden todas las opiniones consultadas en nuestra investigación:

- Mujeres activas con empleo remunerado (empresarias, profesoras, funcionarias, secretarías) y, en menor medida, estudiantes.
- Mujeres jóvenes (menos de 40-45 años).
- Mujeres urbanas.

Otras características de las usuarias que también aparecen con frecuencia son las relativas al nivel cultural medio-alto o al hecho de no tener hijos.

Por tanto, ser ama de casa, tener más de 45 años o vivir en un entorno rural son características de los colectivos sobre los que más se debería incidir a la hora de difundir los medios de la SI.

¿EXISTEN DIFERENCIAS DE GÉNERO A LA HORA DE UTILIZAR INTERNET?

Las encuestas generales (Eurobarómetro, EGM) muestran que las mujeres utilizan el PC e Internet con menos frecuencia que los hombres y con periodos de utilización más cortos.

Las mujeres usuarias nos dicen que ellas lo utilizan más que sus compañeros varones para buscar información y para relaciones con amigos y familiares, mientras que lo utilizan menos que ellos para realizar gestiones, trabajar en red o teletrabajar, ocio, juegos y ayuda a los hijos con las tareas.

LAS MUJERES UTILIZAN INTERNET MENOS QUE LOS HOMBRES PERO LO UTILIZAN MEJOR

No les gusta perder el tiempo buscando información poco ordenada ni aprendiendo nuevas versiones de programas. No necesitan dominar la máquina ni la técnica, en este caso el programa. Ellas quieren que los programas funcionen solos y funcionen bien, probablemente por ser más prácticas y porque tienen menos tiempo que los hombres.

Sin embargo, afirman que las mujeres, cuando conocen los programas, los utilizan mejor que los hombres que, aunque los dominen, sólo lo hacen para demostrar que poseen la última versión, aunque no tengan tan claro para qué utilizarla.

LAS DIFERENCIAS DE USO POR GÉNERO NO SE DEBEN A DIFERENCIAS EN LAS CAPACIDADES SINO EN LAS OPORTUNIDADES

Nuestras mujeres consideran que no existen diferencias en conocimientos ni en capacidades, sino en oportunidades: los hombres tienen más tiempo; el entorno TIC es masculino; se ofrecen más productos y servicios para hombres que para mujeres. Las supuestas diferencias pueden estar basadas en prejuicios, que rechazan con rotundidad:

- Las TIC no son difíciles de manejar para las mujeres.
- Los hombres no conocen los programas mejor que las mujeres.

Por el contrario, las mujeres son más prácticas y se adaptan mejor a Internet y al correo electrónico porque tienen más capacidad de comunicación que los hombres.

MUCHAS MUJERES NO UTILIZAN INTERNET PORQUE NO TIENEN ACCESO O NO SON CONSCIENTES DE QUE LES PUEDE REPORTAR BENEFICIOS

Entre las barreras sólo es valorada como muy relevante la dificultad de acceso (al PC y a Internet), pero en cambio no se aprecia de forma unánime que el hecho de que las mujeres tengan poco tiempo o pocos recursos económicos pueda constituir un impedimento.

Por el contrario, se considera que las barreras culturales, sociales y familiares tienen una gran influencia, especialmente el que muchas mujeres no sean conscientes de los beneficios que les puede reportar el uso de Internet o el que cedan su tiempo de ordenador a otras personas (hijos, maridos, compañeros de trabajo).

Asimismo, existen prejuicios que tratan de minusvalorar las aptitudes de las mujeres, pero son claramente rechazados por las usuarias de Internet que han colaborado en nuestra investigación: según ellas, no existe *tecnofobia* femenina, el lenguaje informático no es complicado para las mujeres y tampoco Internet es una cosa de hombres.

En definitiva, la barrera más importante se encuentra en que tienen más difícil que los hombres el acceso al PC y, probablemente por ello, no son suficientemente conscientes de que utilizarlo y acceder a Internet les puede resultar muy favorable.

Probablemente, esa barrera se acrecienta en el caso de las mujeres inactivas (amas de casa) que tienen menos posibilidades de aprender a utilizar las TIC, incluso en el caso de que dispongan de ellas en el hogar. Finalmente, por tanto, parece que hoy por hoy no trabajar en un empleo remunerado es la principal barrera para el acceso a las TIC.

8. LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS ANDALUZAS COMO MEDIADORAS ENTRE LA SI Y LAS MUJERES

Las Administraciones Públicas median entre las mujeres y la sociedad de la información de diversas formas: por un lado, desarrollando proyectos de formación y empleo en relación con las TIC; y, por otro, a través de sus páginas Web, que ofrecen información, posibilidad de comunicarse con las Administraciones a través del correo electrónico y, también en algunos casos, servicios de distintos tipos.

8.1. PROYECTOS DE FORMACIÓN Y EMPLEO EN ANDALUCÍA

Los proyectos de formación y empleo en relación con las TIC han pasado por dos etapas distintas tomando como punto de partida 1994.

En ese año, comenzó la Iniciativa Comunitaria NOW (*New Opportunities for Women*), que concluyó en 1999 y en la que predominaban las políticas específicas, por lo que se pudieron llevar a cabo numerosos proyectos cuyas únicas destinatarias eran las mujeres.

En la segunda etapa (2000-2006) se han iniciado políticas tanto específicas como transversales. En la Iniciativa Comunitaria EQUAL, se aborda la discriminación con un enfoque integrado en el que los colectivos destinatarios pueden ser mujeres, inmigrantes, parados de larga duración, discapacitados y personas responsables de dependientes. La igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres pasa a ser un principio básico que tiene que estar presente, de manera transversal o específica, en todos los proyectos. De la misma manera, se señala como objetivo la difusión de la SI, por lo que todos los proyectos EQUAL han de hacer referencia a las TIC. Sin embargo, la mayoría de los proyectos que se desarrollan en esta Iniciativa y que incluyen a las mujeres como destinatarias, se dirigen también a otros colectivos.

Los Marcos Comunitarios de Apoyo pertenecen a las dos etapas comentadas (1994-1999 y 2000-2006). Se siguen realizando proyectos específicamente destinados a mujeres, si bien también se desarrollan otros en que la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres es tratada de manera transversal.

En Andalucía, los proyectos para mujeres en relación con el empleo y las TIC dentro de los MCA, forman parte o bien del Programa Operativo (Regional) de Andalucía, o bien dentro del Programa Operativo Plurirregional destinado a la *Lucha contra la Discriminación* para las regiones Objetivo 1. Los colectivos a los que se dirige este último programa operativo son: mujeres, inmigrantes, familiares de emigrantes, minorías étnicas (especialmente, la población gitana), personas con discapacidad y personas en riesgo de exclusión social (como ex reclusos, ex toxicómanos). Aunque no haya un Programa Operativo especialmente destinado a mujeres, se realizan proyectos específicos, algunos de los cuales son continuación de proyectos NOW.

Respecto a los objetivos tratados, encontramos ciertas diferencias y similitudes entre ellos. En la Iniciativa NOW, la formación es el objetivo principal al que se dedica la mayoría de los proyectos destinados a las mujeres y las TIC; el segundo objetivo principal más señalado es la orientación y asesoramiento en el empleo; en tercer lugar, se destaca la creación de puestos de trabajo y apoyo a la iniciativa empresarial;

y, en cuarto lugar, la sensibilización y divulgación. Otros fines que se indican en los proyectos NOW son la creación de redes de empresarias, emprendedoras y trabajadoras, y el asesoramiento y/o apoyo a la creación de empresas de mujeres.

En este sentido, los proyectos NOW tienen más similitudes con los del Marco Comunitario de Apoyo 2000-2006 que con los EQUAL. En los proyectos del MCA, la formación sigue siendo el objetivo más señalado, seguido, por orden, de la creación y consolidación de empresas de mujeres; la inserción laboral y la información; la orientación, el asesoramiento y el acompañamiento al empleo. Otros fines señalados en menor medida son la difusión y sensibilización, el fomento de redes de empresarias, emprendedoras y trabajadoras, y facilitar la inserción laboral de las mujeres en profesiones tradicionalmente masculinas.

Dentro de los proyectos EQUAL que escogen la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres como eje temático, los objetivos principales son:

- 1) la conciliación de la vida familiar y profesional;
- 2) la reducción de los desequilibrios entre mujeres y hombres, y la eliminación de la segregación horizontal y vertical en el trabajo.

El segundo objetivo hace referencia a la acción positiva en las empresas, la promoción de las mujeres en el mercado laboral y el fomento de la presencia de hombres y mujeres en sectores donde están infrarrepresentados.

Los objetivos perseguidos, por tanto, difieren de los señalados por los proyectos EQUAL y el MCA. Asimismo, encontramos diferencias respecto a la importancia que se le da a la sensibilización y divulgación, que es un objetivo de alguno de los proyectos NOW y del MCA. En EQUAL, este aspecto resulta relevante, pues se integra dentro del principio de capacidad de transferencia a las políticas generales, en el que se indica que los proyectos han de incluir medidas específicas de difusión e intercambio de buenas prácticas y sensibilización para impulsar un cambio de actitudes.

Las Administraciones Públicas, de esta manera, tratan de promover el acceso y el uso de las TIC entre las mujeres. En la mayoría de los casos, llevan a cabo estos proyectos en colaboración con asociaciones y entidades privadas que participan en los proyectos (sindicatos, asociaciones, la Federación Andaluza de Municipios y Provincias, empresas de mujeres) y en cooperación transnacional (es decir, junto con socios de otros países de la Unión Europea). Incluso, en ocasiones la iniciativa parte de una asociación, que es respaldada por un organismo público, como es el caso de Cordobesas Enredadas.

A pesar de la cantidad de proyectos de formación y empleo innovadores que existen para mujeres, no hay una entidad administrativa ni privada que se dedique a sistematizar esta información. Por esta razón, resulta difícil realizar un análisis y evaluación de los proyectos que se están llevando a cabo. Sería recomendable, por tanto, hacer un esfuerzo de recogida, sistematización y clasificación de la información sobre estos proyectos.

Asimismo, sería conveniente desarrollar una política más estructurada en torno a la mejora de las oportunidades de las mujeres de cara a las TIC. Como hemos podido observar, existen experiencias piloto y proyectos considerablemente innovadores, pero en muy pocas ocasiones se les da una continuidad o se realiza un seguimiento. Sería conveniente que se diese continuidad a las acciones que se están desarrollando para mujeres en relación con las TIC, observando y apoyando las experiencias piloto para que se puedan generar políticas estructuradas.

Los proyectos y medidas realizados, aunque son necesarios para impulsar el contacto de las mujeres con las TIC para mejorar sus oportunidades en la SI, no son suficientes. Uno de los aspectos que se deberían tener en cuenta es la dificultad de acceso de muchas mujeres a la infraestructura necesaria para utilizar las TIC. Sería preciso facilitar no sólo formación, sino también el acceso a más espacios públicos en los que éstas puedan formarse, teleformarse o teletrabajar.

8.2. OTRAS FORMAS DE CONTACTO CON LAS MUJERES ANDALUZAS

Las Administraciones Públicas también median entre las mujeres y la SI a través de sus páginas Web. En ellas, ofrecen información, la posibilidad de ponerse en contacto por correo electrónico y, en ocasiones, también servicios de asesoramiento en-línea, de orientación, foros y exposiciones.

Si bien estos servicios son muy útiles para las mujeres, algunos no resultan operativos. A veces esta falta de operatividad se debe a que las páginas Web no se actualizan con la suficiente regularidad, por lo que en ocasiones se da información sobre proyectos que ya no están en funcionamiento, sin indicarlo. Otras veces (como ocurre en el caso de la mayoría de las diputaciones), se ofrece un servicio de correo electrónico, pero no se responde a los correos que las mujeres envían. La calidad, cantidad y operatividad de servicios e información ofrecida depende siempre de cada diputación o institución concreta.

La comunicación entre las mujeres y las Administraciones Públicas se podría mejorar en gran medida si se hicieran operativos estos servicios. Un diálogo constante facilitaría el desarrollo de proyectos que respondan de manera más acertada a las

necesidades y demandas de las mujeres, pues la comunicación hace posible conocerlos. Otra manera de conocer las necesidades y demandas reales de las mujeres y de comunicarse con ellas es realizando estudios previos al desarrollo de un proyecto en una región o localidad. En ocasiones, se realizan proyectos que resultan poco eficaces debido, precisamente, a este desconocimiento. Por ejemplo, se han desarrollado acciones formativas ofreciendo CD interactivos en áreas rurales, sin tener en cuenta que es precisamente en estas áreas donde las mujeres tienen menos acceso a las TIC. En este sentido, si se desarrollara un proceso de comunicación más fluido o si se realizaran estudios previos acerca de las necesidades y demandas de las mujeres en relación con las TIC, la formación y el empleo, los proyectos se adecuarían en mayor medida a ellas.



10

**Recomendaciones y
propuestas de actuación**

Las mujeres participantes en nuestra investigación han incorporado plenamente el uso de las TIC en su vida profesional, pero no así en su vida familiar; es decir, consideran esenciales las tecnologías para la profesión, pero no tanto para la vida privada.

Han accedido a las TIC y a la SI a través de sus empleos remunerados. El lugar de trabajo se configura como punto de acceso preferente. El hogar es un espacio en el que hay que disputar el uso del ordenador e Internet a los hijos –chicos y chicas– y al marido.

Muestran un alto grado de satisfacción con el uso de todas las TIC, especialmente con los ordenadores, Internet y el correo electrónico (más satisfacción que con el teléfono móvil o el fax, que son tecnologías más fáciles de utilizar) y valoran que estas tecnologías han enriquecido tanto su desarrollo profesional como personal y aumentan su capacidad creativa.

Se sienten mejor informadas que anteriormente y consideran que las TIC les ofrecen **ventajas y oportunidades** para su vida profesional, que se manifiestan en aspectos concretos:

- Acceso fácil y rápido a todo tipo de información, facilidad y velocidad de las comunicaciones, facilidad y rapidez para realizar gestiones.
- Ahorro de tiempo y dinero en cuestiones tanto profesionales como de cualquier otro ámbito.
- La red es un espacio privilegiado para la información, la formación, y para la creatividad.
- Posibilidad de recibir formación a distancia *on line* frente a la formación tradicional de tipo presencial.
- Facilita la incorporación de las mujeres al mercado de trabajo, la búsqueda de empleo y, con la destreza suficiente en el uso de las TIC, mantener el puesto de trabajo.
- Las TIC son consideradas una herramienta ideal para crear redes de colaboración o cooperación.
- Muchas mujeres innovadoras han creado su propia empresa gracias al uso de las TIC: “Mi profesión y el manejo y conocimientos de las TIC me han dado la oportunidad de dar el ‘gran salto’, y trabajar como profesional independiente, y lo que es más importante, realizar mi trabajo desde cualquier lugar”.

También desde el punto de vista personal les facilita la resolución de problemas de la vida cotidiana y la comunicación de unas personas con otras:

- Tener más tiempo libre para ocio o estudio al poder realizar gestiones personales a través de la Web (bancos, obligaciones fiscales, organización de viajes, etc.).

- Compaginar su vida profesional y familiar.
- Organizar su tiempo y su trabajo ellas mismas o decidir dónde quieren vivir gracias a la flexibilidad introducida por el teletrabajo.
- Comunicarse por correo electrónico con amigos y familiares.
- Comprar por Internet.

Asimismo, consideran que los efectos de la SI están siendo positivos en general, pues contribuyen a un mayor bienestar y progreso.

Los **retos o limitaciones** más señalados por las mujeres son problemas relacionados con:

- Las infraestructuras de acceso, especialmente desde el hogar y en los lugares públicos:
 - Dificultades para acceder a terminales (ordenadores) conectados a Internet.
 - Alto coste de las conexiones a Internet, sobre todo si se opta por conexiones de alta velocidad.
 - Numerosas deficiencias en las comunicaciones: lentitud, interrupciones frecuentes.
- Pérdida de tiempo, debido a la deficiente organización de la información almacenada en Internet y a la navegación irrelevante.
- Falta de seguridad en el envío de documentos o en las transacciones.
- Riesgo de entrada de virus y de acceso a información confidencial por parte de otros usuarios.
- La formación que se imparte para las TIC no es adecuada; es demasiado teórica y formal, y esto hace necesario recurrir al autoaprendizaje, convertirse en autodidactas informáticas y navegadoras.

A pesar de estas limitaciones, las mujeres innovadoras reconocen que las ventajas que ofrecen las TIC (rapidez y comodidad en las comunicaciones, tanto profesionales como personales) son muy superiores a los inconvenientes.

En conclusión, para las mujeres el correo electrónico e Internet suponen, por encima de todo lo demás, un ahorro de tiempo y dinero en el acceso a información y servicios, así como en las comunicaciones. Y consideran que esta ampliación de las posibilidades de información y comunicación multidireccional constituye un instrumento fundamental de desarrollo profesional y personal.

Sin embargo, estas ventajas sólo alcanzan a un colectivo de mujeres con características muy especiales de preparación técnica y profesional, capacidad innovadora y experiencia en la utilización y aprovechamiento de las ventajas de la SI.

Por el contrario, no llegan a aquéllas mujeres que por su edad, nivel cultural o condición laboral apenas tienen acceso a las tecnologías; mujeres que, en un elevado porcentaje, ni siquiera conocen su utilidad y manejo y en muchos casos no tienen tiempo para descubrirlo, al dedicar la mayor parte de su jornada al hogar y la familia. También ocurre algo parecido a muchos trabajadores –hombres y mujeres– que podrían acceder a las TIC en su empleo y no lo hacen porque les cuesta adaptarse a los nuevos medios. Por último, se ha de recordar que 1 de cada 4 mujeres probablemente no cuenta con ningún tipo de acceso, debido a las características de sus puestos de trabajo (limpiadora, vendedora ambulante).

En síntesis, la principal conclusión del estudio sobre las actitudes y usos de las nuevas tecnologías por parte de las mujeres innovadoras andaluzas es que estas mujeres están integradas en la sociedad de la información en condiciones de igualdad con los hombres. El gran reto a partir de la constatación de esta situación consiste en promover que, al igual que ellas, el resto de las mujeres andaluzas incorporen con intensidad las nuevas tecnologías en su vida cotidiana (tanto en el ámbito laboral como en el profesional). Ello significa abrir el acceso a las TIC, ofrecerlo a mujeres de muy variadas condiciones socioeconómicas, profesionales y culturales, y para ello sería necesario abordar una serie de actuaciones en diversos ámbitos.

A la luz de estos resultados hemos debatido, en los Paneles de Expertas y Talleres llevados a cabo en el marco de nuestra investigación¹, acerca de cómo extender la utilización de las TIC a muchas más mujeres, cómo crear en ellas la conciencia de las oportunidades –y las barreras– que pueden encontrar en la SI. Con este fin, se han elaborado propuestas de actuación y recomendaciones en relación con distintos ámbitos:

- Propuestas para abordar los problemas de accesibilidad, contenidos y servicios de la SI.
- Recomendaciones para orientar las políticas de formación y aprendizaje de las herramientas tecnológicas.
- Recomendaciones a las Administraciones Públicas para que mejoren su función de mediadoras entre la SI y las mujeres.

1. Los paneles de expertas han estado formados por: Victoria Cabrera (Cibersur), María Gutiérrez (Comisión Europea), Inmaculada Jiménez (Fundación Directa), Teresa Jiménez (Instituto Andaluz de la Mujer), Paula Luna (Universidad de Sevilla), Ana María Llopis (Indra), Magdalena Márquez (Instituto Andaluz de la Mujer), Ana Moreno (Enred), Mercedes de Pablos (Andalucía Abierta Radio), Janine Rodgers (Oficina Internacional del Trabajo), Ana M^a Romero (Ada Formación), M^a Ángeles Salle (Enred), Mercedes Sánchez-Apellániz (Universidad de Sevilla) y María José Vera (consultora).

- Recomendaciones para ofrecer a las mujeres propuestas de teletrabajo que se ajusten a sus necesidades.
- La necesidad de “construir la sociedad de la información en femenino” que, si por una parte implica crear modelos positivos de mujeres usuarias, por otra, significa utilizarlos para estimular a muchas más mujeres a incorporarse a la SI, especialmente a las más alejadas de ella.

ACCESO

El acceso a Internet por parte de las mujeres está muy relacionado con su participación en el mercado laboral y, para las que todavía no han accedido o lo han hecho desde puestos de trabajo alejados de las TIC, las dos grandes limitaciones son la disponibilidad de un terminal (ordenador conectado a la red) y el coste de acceso y uso de la red. En este sentido, las mujeres más jóvenes (estudiantes) y las más mayores (amas de casa) se quejan de que el acceso a Internet desde terminales públicos es todavía difícil.

Por tanto, el primer problema lo constituyen las infraestructuras de acceso. No sirve de nada enseñar a las mujeres a manejar ordenadores, Internet o el correo electrónico si después no tienen posibilidades de acceder.

Las infraestructuras de acceso también pueden constituir una barrera desde el punto de vista del espacio simbólico, con el que cada persona puede o no identificarse en función de su sexo y de su generación. Por ejemplo, los Cibercafés podrían constituir puntos preferentes de acceso para las mujeres. Sin embargo, están muy caracterizados como espacio simbólico tanto desde el punto de vista generacional (joven) como del género (hombres). Asimismo, en los hogares donde sólo existe un PC, que son la mayoría, las mujeres están relegadas en cuanto a su uso frente a los maridos o los hijos. De esta manera, el comportamiento de las mujeres en su vida privada se refleja a la hora de utilizar el ordenador. Por eso están menos habituadas que los hombres a disfrutar de Internet y a trabajar en la red.

Existe otro factor que aparece a la vez como ventaja y como barrera: el factor tiempo. En términos generales, las TIC facilitan las tareas de trabajo y muchas de la vida cotidiana, porque evitan desplazamientos y ahorran tiempo para realizarlas. Pero al mismo tiempo enganchan y se pueden convertir en una actividad que detraiga tiempo de otras. Las TIC han provocado una mayor exigencia por parte de hombres y mujeres sobre la calidad de su trabajo, lo cual genera más trabajo y consume más tiempo. La falta de tiempo pudiera ser la barrera fundamental de género: la doble agenda familiar y profesional, a la que se puede añadir la tercera agenda institucional y asociativa. Por tanto, el tener un PC no es un indicador único para comprobar la accesibilidad. Desde el género, el problema de la accesibilidad es, fundamentalmente, de capacidad de tiempo.

Hay otras barreras que constituyen auténticos **retos** para las políticas de igualdad:

- Miedo de las mujeres al fracaso en el uso de la tecnología, tal vez por perfeccionismo y falta de autoestima (frente al carácter más adictivo que presentan los hombres en relación con las TIC y, especialmente, con Internet) o porque se considera que las TIC forman parte del mundo masculino más que del femenino. Hay mujeres que, aun teniendo disponibilidad de acceso y formación elemental sobre su uso, siguen sin utilizar las TIC o utilizándolas poco, alegando escasas habilidades y falta de tiempo para aprender.
- El nivel de formación previa es importante y también lo es aprender a teclear y adquirir la e-habilidades. En este sentido, son valiosas iniciativas como las de la Unión Europea de crear un Diploma Básico en uso de TIC. El Plan Info XXI, si efectivamente hubiese funcionado, sin duda habría contribuido a que muchas más mujeres aprendiesen a entrar en Internet y a usar el correo electrónico.
- Los problemas de falta de amigabilidad de la tecnología pueden constituir en una barrera de importancia si el lenguaje resulta complicado para algunas mujeres. Para otras –también para muchos hombres– la dificultad principal reside en que el idioma predominante es el inglés.

En consecuencia, es esencial:

- Ampliar la oferta de puntos públicos tanto en centros de enseñanza y universidades como en locales municipales, de pueblos y barrios, asociaciones, centros culturales, de juventud, de atención a la mujer, de mayores. Con frecuencia los ordenadores y conexiones a Internet están restringidos a las bibliotecas o a las aulas de informática, lo que dificulta su disponibilidad para otros usos por parte de muchas personas que no cuentan con otras posibilidades.
- Establecer planes especiales, con tarifas reducidas de conexión a Internet negociadas por la Administración Pública con los proveedores, y destinadas a mujeres en condiciones desfavorecidas (desempleadas, con renta baja, hogares unipersonales o monoparentales, de áreas rurales).
- Mejorar las infraestructuras de TIC en las zonas rurales. Controlar el verdadero cumplimiento de la obligación de los proveedores de telefonía de dar acceso a Internet en el área rural.
- Difundir modelos de mujeres usuarias creativas para erradicar el mito sobre la falta de aptitud de las mujeres en relación con las TIC.

MEJORES CONTENIDOS Y MÁS SERVICIOS

Sabemos que el uso de Internet por parte de los hombres es, en cierta medida, diferente al de las mujeres. Parece que éstas se orientan más a la vertiente práctica de Internet, entre otras razones porque disponen de menos tiempo. El uso de Internet

con fines de entretenimiento y diversión es mayoritariamente masculino. Probablemente, a medida que haya más mujeres en la red, se aproximarán los usos de uno y otro sexo.

Se insiste con frecuencia en las ideas de *eficiencia y pragmatismo*: parece que las mujeres son más eficientes en el uso de las TIC; que tienen una actitud más modesta y receptiva que facilita el aprendizaje de las nuevas tecnologías. También se afirma que las mujeres hacen un uso de Internet más práctico que los hombres, no tanto en lo técnico (máquinas, lenguaje) como en lo social, al tener experiencia de comunicación y cooperación en red.

También se insiste en la idea de *adaptabilidad*: las mujeres se adaptan mejor a las TIC debido a sus capacidades de comunicación, pensamiento en red, su uso práctico en la red, etc. Sin embargo, por el momento esto no se está reflejando en los contenidos disponibles.

Cuando las mujeres encuentran un motivo para utilizar Internet, las barreras económicas para su acceso pierden importancia. Los usos tienen mucho que ver con los contenidos. Aunque los contenidos de Internet son mayoritariamente masculinos, reflejando la situación existente en la sociedad, emergen redes de mujeres que nos ofrecen otra visión (por ejemplo, Eleusis, Mujeres en Red).

Como manifiestan las mujeres que tienen más experiencia en el uso de Internet, en las primeras etapas de uso se dedica mucho tiempo a *chats*, a navegación irrelevante, mientras que a medida que se conoce más la herramienta se lleva a cabo un uso más práctico.

Las mujeres con experiencia en el uso de Internet demandan que se desarrollen más y mejores contenidos y servicios en la Web, por ejemplo servicios de proximidad, gestiones de bancos, de Administraciones Públicas, de compras, etc.:

- La estructura de la información en la red se debe mejorar y, al menos algunos servicios, deben tener en consideración los intereses particulares de las mujeres.
- Más servicios de Internet que realmente faciliten la combinación eficiente de tareas profesionales y domésticas:
 - Trámites administrativos
 - Compra
 - Formación
 - Servicios de proximidad (salud, educación, cuidados)
- Desde el punto de vista de los contenidos, el idioma es todavía una barrera en el acceso a la información a través de la red. Es necesario que las empresas y las ins-

tituciones ofrezcan más contenidos de Internet en castellano, buscadores y directorios en este idioma.

- Es necesario elaborar propuestas específicas en torno a lo que necesitan distintos grupos de mujeres. Por ejemplo, en el caso de las empresarias, nuevas tecnologías para mejorar sus negocios y aumentar su competitividad. Las estudiantes, las amas de casa, tienen otras necesidades diferentes en la red. Para ello es necesario información específica y contenidos especializados.
- El comercio electrónico no debe entenderse solamente como comercio con otros países. Las empresas andaluzas deben potenciar el comercio electrónico local y adoptar códigos de conducta para eliminar la desconfianza ante la inseguridad de la red.
- Para conocer la futura demanda de servicios por parte de las mujeres es necesario realizar estudios sobre los consumos de las más jóvenes (niñas y adolescentes –de 7 a 17 años–), que son las que en la actualidad están protagonizando una verdadera revolución en las formas de ocio.

FORMACIÓN EN TIC. APRENDER LA SI

La alfabetización informática y navegadora es todavía una asignatura pendiente para la mayoría de las mujeres andaluzas y también para la mayoría de los hombres. Pero ese aprendizaje contiene elementos diversos, puede implicar un cierto grado de conocimientos técnicos y no es algo que se aprenda de una vez para siempre, sino que la evolución de las tecnologías –especialmente la aparición de nuevos equipos y programas informáticos– requiere una cierta insistencia y recurrencia en la formación. Por tanto, con carácter general, para uno y otro sexo, sería necesario:

- Diseñar unos estándares en el ámbito de la formación en TIC que delimiten los distintos niveles de conocimiento, no sólo en las AA PP y las empresas, sino también en las escuelas primarias, secundarias y en las universidades.
- Este estándar ha de recoger los conocimientos necesarios para utilizar las TIC, lo que implica una cierta parte técnica así, como una finalidad práctica, y debería incorporar conocimientos sobre herramientas de búsqueda para paliar el problema frecuente de no encontrar lo que se busca.
- La formación y el aprendizaje de nuevas tecnologías debe ser un proceso continuo desde una doble perspectiva: por una parte, a lo largo de la vida de la persona; y, por otra, tanto desde las aulas de formación como desde el propio hogar (implica disponer de TIC en el hogar para practicar los conocimientos adquiridos en los cursos de formación).
- Las Administraciones Públicas, las empresas, las fundaciones privadas, deberían responsabilizarse de las tareas formativas. Dada la corta duración de los contratos laborales en la actualidad, la responsabilidad de la formación en TIC recae en

gran medida sobre los propios individuos, que en muchos casos no tienen capacidad económica suficiente para hacerse cargo de la misma.

- La formación del futuro debe tender a propuestas metodológicas mixtas, que combinen clases presenciales y teleformación (sesiones *on line*).

Sin embargo, el objetivo es incorporar a las mujeres con más dificultades, aquéllas con un nivel de formación bajo, y también las que conocen la existencia de Internet, pero no se plantean su utilización porque no lo creen necesario en su profesión ni en su vida privada. Por tanto, es necesario ofrecer recomendaciones específicas para ellas.

Las Administraciones Públicas andaluzas ofrecen cada vez más cursos de formación adaptados a los diferentes niveles culturales de las mujeres (casos de Jun, de Cordobesas Enredadas y otros).

Sin embargo, el aprendizaje es un reto para cuya superación no basta con impartir cursos. Es necesario integrar con estas acciones otras de **motivación de las usuarias potenciales**: campañas de concienciación por medio de las cuales las mujeres reciban información acerca de las ventajas que les puede reportar su utilización (acceso a información, comunicación, cooperación, realizar gestiones, comunicar con familia y amigos); campañas que las motiven a interesarse por estas herramientas y promoción (informando y promoviendo) de aquellos servicios de Internet (páginas Web) y de correo electrónico que sean más útiles para las mujeres y sus familias.

Para promover el espíritu emprendedor de las mujeres es necesario plantear un aprendizaje práctico. Muchas mujeres se acercan a los conocimientos buscando el para qué, no buscando el porqué. Las disciplinas técnicas a veces se enseñan desde la teoría, desde un punto de vista excesivamente abstracto. Para evitarlo, se han de diseñar los cursos buscando el para qué de cada colectivo de mujeres. Las estudiantes universitarias requieren cursos de informática más prácticos y relacionados con las demandas del mercado de trabajo al que han de enfrentarse. Las mujeres más mayores pueden estar interesadas en conectar con sus hijos que viven lejos a través del correo electrónico, en aprender a enviar fotos por Internet. Las madres con hijos pequeños y las mujeres con personas dependientes a su cargo se interesarán por las posibilidades de hacer gestiones desde casa y conectar con servicios de proximidad (salud, educación, cuidado de niños o mayores).

Las experiencias de unas mujeres serán útiles para otras. La construcción de modelos positivos de uso de las TIC atraerá a muchas más mujeres. En este aspecto, y para contrarrestar los estereotipos de las TIC como mundo masculino, como cosa de hombres, debería potenciarse la presencia de profesorado femenino en los cursos de aprendizaje informático y navegador a todos los niveles, en los colegios y

universidades, en los ayuntamientos y asociaciones, y ,especialmente, en los cursos dirigidos a mujeres y a jóvenes.

En consecuencia, como recomendaciones concretas, sería conveniente poner en práctica las siguientes:

- Los cursos de formación deben estar orientados a los intereses personales y profesionales de los distintos colectivos de mujeres, ya que esto los hará más efectivos a la hora de traducir el aprendizaje en experiencias prácticas.
- Se deben realizar cambios en la formación, tanto en cuanto a los contenidos como a la formación de los docentes.
 - Es necesario formar al profesorado con una visión de género.
 - Para reforzar el estereotipo positivo de género, se ha de incluir más mujeres entre los docentes que imparten cursos a mujeres.
 - Los cursos de formación sobre nuevas tecnologías dirigidos a mujeres deben potenciar aquellas habilidades consustanciales a este género y que son propicias para el trabajo con las herramientas de la SI (trabajo en red, trabajo comunicativo).
 - Se debe prestar especial atención a la formación en TIC para las mujeres en áreas rurales.
 - Hay que rediseñar la metodología y organización didáctica de la enseñanza en la educación primaria y secundaria, aumentando la presencia de las TIC no solo como herramientas, sino también como materia de estudio e incluyendo en las asignaturas de Ciencias un mayor componente práctico. Este aspecto es muy importante si tomamos en consideración que no sólo las mujeres componen una minoría en las carreras técnicas, sino que incluso el número de alumnas en carreras científico-tecnológicas está ya en declive en algunos países europeos.
 - Formación de adultos como formadores en el uso de Internet, por ejemplo mujeres de más de 55 años y jubilados.

Por último, los cursos de formación a mujeres en el uso de Internet y de las herramientas ofimáticas básicas deben ir acompañados de medidas de **promoción del acceso a la SI** para la mayoría de la población. Las mujeres no consideran que aprender a utilizar las TIC sea difícil. Y de hecho, a pesar de que los cursos sobre Internet a nivel de usuario que se imparten a mujeres y a población con un bajo nivel educativo suelen ser muy cortos (una semana como máximo), se consigue que los alumnos aprendan a utilizarlo, como muestran el caso de Jun y el de Cordobesas Enredadas. Pero estos conocimientos no sirven de nada y acaban perdiéndose si no se aplican. Por tanto, se ha de conseguir que las alumnas tengan acceso, una vez finalizado los cursos, al uso del PC e Internet, ya sea

umentando los puntos de acceso público o mediante programas de ayuda a las mujeres que han participado en cursos, para que puedan comprar un PC con tarifas especiales a través de convenios entre la Administración, fabricantes y mayoristas.

ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

El panorama actual se caracteriza por experiencias aisladas sobre mujeres y TIC sin que éstas se conviertan en una política general estructurada y dirigida a conseguir la equidad en la vida profesional, la conciliación de la vida laboral y personal, formación, participación, y calidad de ocio. Es necesario que se dé continuidad a las acciones que se están desarrollando para mujeres en relación con las TIC. De no hacerse así, las experiencias piloto no servirán para crear estrategias políticas.

Las Administraciones Públicas ofrecen al ciudadano la posibilidad de contactar vía correo electrónico. Sin embargo, un 58% de las mujeres no recurre a este medio. Probablemente, el hecho de que haya cada vez más páginas Web dedicadas a las mujeres y a la igualdad de oportunidades fomente una mayor comunicación de éstas con las Administraciones Públicas. Sin embargo, aún existen barreras que dificultan esta comunicación.

La disponibilidad de información en Internet a través de las Diputaciones Provinciales de Andalucía con espacios dedicados a mujeres y a la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres facilitaría que se beneficiaran de ellos. Pero una barrera que dificulta esta comunicación es la falta de operatividad del correo electrónico. Sería recomendable que este servicio de comunicación fuera operativo.

En consecuencia, es necesario:

- Que las instituciones públicas con competencias en cuestiones de género sistematicen y coordinen el conjunto de experiencias que desarrollan acerca de las TIC con el fin de que se generen políticas de actuación a partir de las experiencias piloto. En la actualidad, los esfuerzos de las Administraciones Públicas están algo dispersos y todavía no constituyen una política integral de género y TIC.
- Actualizar con frecuencia la información dirigida a las mujeres en las páginas Web de las Administraciones Públicas.
- Que el personal de las Administraciones Públicas que ha de tomar decisiones respecto a los programas para mujeres relacionados con la SI posea conocimientos relacionados con las TIC, de manera que sea posible aplicar criterios estandarizados.

- Coordinarse con las entidades privadas para promover el acceso a las TIC en las zonas rurales.
- Constituir grupos de expertos sobre sociedad de la información y género que puedan asesorar a las instituciones respecto a proyectos, estrategias y medidas a aplicar.
- Creación de un espacio de observación-acción permanente, que se nutriese de estudios e informes sobre cuestiones de género.

EMPLEO Y TELETRABAJO

La construcción de la sociedad de la información requiere un esfuerzo orientado a conseguir que la incorporación y uso de las nuevas tecnologías no se constituya en fuente de nuevas diferencias económicas y sociales (brecha digital), sino que favorezca la igualdad de oportunidades.

Una de las conclusiones evidentes de nuestra investigación es que la generalización del acceso a la sociedad de la información por parte de las mujeres se hará efectiva a medida que éstas se incorporen al mercado laboral y utilicen las TIC como herramienta profesional. Los resultados de nuestra encuesta a mujeres innovadoras andaluzas ponen de manifiesto un uso intensivo de las tecnologías en el ámbito profesional.

Considerando que la flexibilidad laboral y el teletrabajo abren un gran campo al empleo y la participación femenina, y siendo conscientes de que este proceso conlleva tanto consecuencias negativas (inestabilidad contractual, aislamiento social, desregulación laboral, etc.), como positivas (flexibilidad de horarios, planificación laboral), es necesario potenciar las más favorables.

El trabajo está invadiendo la vida privada y la vida en general, y el teletrabajo tiene que ver con esta tendencia. En el marco de los cambios en las estructuras y sistemas de trabajo de las empresas, se prevé un aumento del teletrabajo debido a la tendencia a la reducción de personal y al aumento de la subcontratación. Muchas veces la fórmula es que personas que anteriormente tenían un empleo estable en la empresa ahora pasen a ser teletrabajador autónomo.

El teletrabajo plantea retos a distintos niveles:

- Retos generales, de adaptación social, como la transformación de los sistemas organizativos de empresas e instituciones.
- Retos relacionados estrechamente con cuestiones de género, como por ejemplo el aislamiento de la mujer en el hogar, especialmente las mujeres situadas en niveles bajos de la escala laboral y social. Para las que ocupan puestos

de alto nivel, la reducción de su presencia cotidiana en la oficina puede implicar un coste elevado en términos de poder e influencia en el entorno de trabajo.

Habría que 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. Sería conveniente, por tanto, 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.

Muchas veces la degradación de la condiciones de trabajo no es consecuencia del teletrabajo en sí, sino de la condición de trabajador autónomo. Asimismo, los eventuales problemas de aislamiento del teletrabajador no son tales, sino que responden a un sistema de relaciones de poder en el lugar de trabajo que concede más importancia a la presencia que a la eficacia o los conocimientos. También es preocupante la persistencia de esquemas socioculturales tradicionales en los que la consideración social de las personas depende de las características de su empleo y en los que se considera a la mujer que permanece en el domicilio, aunque esté desempeñando un empleo, como responsable de las tareas domésticas.

En consecuencia, se ha de insistir en que los inconvenientes percibidos no son inherentes al teletrabajo, que no implica necesariamente el aislamiento del mundo laboral, puesto que lo que predomina en la práctica es el teletrabajo parcial y el trabajo en red. No se trata de un trabajo continuo desde el hogar, sino desde cualquier lugar, ya sea un telecentro, un *business centre*, etc.

Puesto que la cualificación de las mujeres y su preparación profesional es cada día mejor y esto se puede traducir un mayor grado de inserción laboral a través de la opción del teletrabajo, han de establecerse algunas medidas cautelares:

- La flexibilidad es un instrumento valioso, pero no debe ser impuesto a las mujeres por encima de su voluntad. Siempre que se evite precarizar las condiciones laborales de la persona, la flexibilidad 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.
- En este sentido, el teletrabajo no debe estar asociado necesariamente al trabajo desde el hogar, no debe entenderse como una fórmula para consolidar el rol doméstico, ni debe ser necesariamente a tiempo completo.

- Para que el teletrabajo se convierta en una verdadera oportunidad laboral para las mujeres, las Administraciones Públicas y las instancias legislativas deben abordar las siguientes cuestiones:
 - Regulación de las condiciones laborales en las que se desarrolla la actividad laboral no presencial.
 - Fomento del autoempleo y de las posibilidades del teletrabajo desde una perspectiva profesional.
 - Formación básica para el teletrabajo.
- Asimismo, se ha de facilitar y apoyar la creación de centros de teletrabajo que ofrezcan servicios de intermediación entre las empresas y los teletrabajadores. Éstos deben incluir la búsqueda 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 y evitar así largos períodos de inactividad, sobre todo en los momentos de inicio de su actividad.
- Fomentar políticas de teletrabajo parcial en las empresas para ayudar a que los trabajadores puedan compaginar su vida laboral y familiar, al igual que ya se está experimentando, por ejemplo, en la Comisión Europea.

CONSTRUIR LA SI EN FEMENINO: LA SI COMO HERRAMIENTA DE EQUIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

La sociedad de la información es una sociedad de personas, no de tecnologías. Las dificultades técnicas nunca pueden constituirse en una barrera que separe a la sociedad en segmentos comunicados: por una parte, las personas que acceden a la SI y se benefician de sus frutos; por otra, los que no acceden y quedan marginados de los mismos.

Construir la SI con las mujeres requiere el protagonismo de las que están en ella, de las mujeres punteras y rompedoras, de las que se están arriesgando. Por ello es importante apoyar a estas mujeres. Y, al tiempo, es necesario visibilizar sus experiencias, hacerlas evidentes para las demás. Por último, es esencial ofrecer a las que corren el peligro de quedarse fuera herramientas de incorporación e integración que se hayan concebido desde la perspectiva femenina. Las mujeres con más dificultades de acceso han de constituirse en un objetivo, en un *grupo-meta* a alcanzar para incorporarlas a la SI.

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. Sin embargo, en el hogar siguen experimentando, con mayor o menor intensidad, las limitaciones de la división sexual del trabajo. En todo caso, su posición es mucho mejor que la que experimentan las mujeres que ni siquiera se han incorporado a la SI.

¿CÓMO ROMPER EL MODELO DESIGUAL DE LA SI CUANDO NO SE ESTÁ EN POSICIÓN DE IGUALDAD?

El objetivo es construir una SI de igualdad de oportunidades. Aquellas mujeres excluidas del mercado laboral no deben ser marginadas del acceso a la sociedad de la información. El ámbito laboral no es el único en el que pueden revertir los beneficios de la aplicación de las TIC.

Hay mujeres que en este momento ya están dentro de la SI. Pero lo están sin la complicidad de la sociedad ni de las Administraciones y su discurso muestra las heridas de las batallas a las que se han enfrentado, olvidando a veces las condiciones de las mujeres que todavía no han llegado.

Lo que hay que intentar es que el resto de las mujeres vean a las primeras como un modelo a seguir. Esto es crucial. Pero no es fácil, porque en todo movimiento relativamente puntero –y éste lo es– se puede dar un cierto rechazo del discurso de género que, en ocasiones, se ha limitado a la expresión de argumentos victimistas, de denuncia y queja. Por ello es tan importante romper la brecha digital en “femenino”.

De acuerdo con los resultados obtenidos en nuestra investigación, los colectivos de mujeres que menos utilizan las TIC son aquellos con niveles de formación más bajos, las que tienen 45 años o más, y las amas de casa. Es necesario tenerlos en cuenta a la hora de desarrollar nuevos proyectos con el fin de atraer a estas mujeres a la utilización de las TIC.

Es más, si el acceso mayoritario de las mujeres a las TIC se realiza en los centros de trabajo, sería conveniente desarrollar proyectos que primaran el acceso de aquéllas que se dedican exclusivamente al trabajo doméstico, así como de las desempleadas.

Para superar este obstáculo, de nuevo sería recomendable que los poderes públicos creasen puntos de acceso a Internet (telecentros u otros espacios habilitados). En ellos se deberían desarrollar proyectos de formación y empleo para mujeres en las TIC y a través de ellas. Algunos de estos proyectos podrían ir destinados a los colectivos de mujeres señalados como más desfavorecidos. De esta manera, no sólo se facilitaría el acceso a la sociedad de la información por parte de las mujeres que están más alejadas de las TIC, sino que además se facilitaría el empleo de las desempleadas.

Las mujeres de las áreas rurales son otro de los colectivos con mayores dificultades de acceso a las TIC. Algunos proyectos están encaminados a facilitarles formación y posibilidades de inserción laboral por cuenta propia y ajena. Sin embargo, en estas áreas es escasa la disponibilidad de espacios públicos en los que las mujeres puedan acceder a las TIC, por lo que sería conveniente facilitarlos.

Por último, las opiniones e informaciones obtenidas en la investigación ponen de manifiesto la necesidad de potenciar en la red los espacios de comunicación dedicados a abordar temas de género, que normalmente son excluidos del discurso de los grandes medios de comunicación. Estos espacios permiten compartir y crear la sociedad de la información con perspectiva de género.

Desde la perspectiva de la construcción de la SI en femenino, como herramienta de equidad e igualdad de oportunidades, la **accesibilidad** de las TIC significa la construcción de espacios públicos de SI con simbolismo femenino. Si los cibercafés tienen una carga simbólica como espacios públicos para jóvenes -más para varones que para mujeres-, se ha de recurrir a otros espacios simbólicamente femeninos. Para difundir información, para que las campañas que acerquen la SI a las mujeres lleguen a las más inaccesibles desde las vías convencionales (trabajo, hogar), tal vez sea necesario hacerlo por medio de redes especiales que se establecen en torno a lugares muy visitados por mujeres de todas las edades y condiciones culturales y sociales, como por ejemplo las peluquerías. Asimismo, se pueden utilizar los programas de televisión de más audiencia femenina con perfiles socioeconómicos y culturales medios y medio-bajos para mostrar qué es Internet y cómo puede ser útil para las mujeres.

También, el objetivo de ofrecer a las mujeres la posibilidad de **aprender** la utilización de las TIC, de desenvolverse en la SI, puede implicar la utilización de mecanismos de red y eslabonamiento en cadena propios de las campañas de marketing por las que acceden a ellas los vendedores de menaje y aparatos electrodomésticos para el hogar (estrategias de venta tipo tupperware, thermomix, etc.): reuniones de grupo en que una monitora enseñe la utilización del ordenador, el acceso a Internet y al correo electrónico, de manera que por cada veinte mujeres que acuden y aprenden, la organizadora de la reunión recibe en compensación -a modo de remuneración- un ordenador para ella. Una vez iniciado el proceso de aprendizaje, se puede pasar a etapas posteriores de formación continua, ya como teleformación.

La formación y el aprendizaje se han de abordar desde el **quién** y desde el **para qué**:

- A las estudiantes pasivas se les han de ofrecer propuestas específicas relacionadas con su objetivo fundamental, la formación para el empleo. Es decir, utilizar las TIC no sólo para mejorar su formación y buscar empleo, sino para conectar uno y otro ámbito.
- A las empresarias hay que ofrecerles formación que les permita utilizar las TIC para mejorar sus negocios y aumentar su competitividad, y para ello es necesario formación específica y contenidos especializados (en la línea del programa Telebalance).
- A las amas de casa se les ha de ofrecer formación que mejore sus conocimientos como consumidoras a la hora de comprar por la red o, simplemente, de informarse en la red para después comprar mejor.

- Los pequeños empresarios, los proveedores, han de tener en cuenta que la mayoría de las mujeres –y de los hombres– no solo necesitan comprar en Internet productos y servicios mundiales, sino también locales. Por ello han de considerar las necesidades de las mujeres y las actividades que ellas realizan, tanto desde la perspectiva de las más avanzadas como de las más retrasadas.

Desde el punto de vista de los contenidos y servicios, la SI ha de utilizarse como **herramienta para la conciliación** entre la vida doméstica y la profesional. La organización de la información, de los contenidos accesibles en Internet, ha de mejorar su estructura ofreciendo buscadores relacionados con los intereses reales de las mujeres –**servicios de proximidad en una dimensión local**– y no tanto con los supuestos intereses femeninos de belleza, cocina, moda, revistas del corazón. Las instituciones pueden cumplir un papel importante en este sentido, como agentes intermediarios, proveedores de información, multiplicadores de servicios de proximidad.

NOTA FINAL: METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS E INVESTIGACIONES FUTURAS SOBRE LA SI Y LAS MUJERES

Los resultados de nuestro estudio indican que las mujeres que están en la SI, lo están con todas las consecuencias y con percepción de igualdad. Sin embargo, no aparece con tanta claridad en la investigación la crítica que surge desde otros colectivos de mujeres más alejados de los beneficios de la SI, cuyo estudio no se ha abordado por las limitaciones ya señaladas de carácter económico y de tiempo. Como en toda investigación, se ha de ser cauteloso a la hora de generalizar a la totalidad de las mujeres andaluzas las conclusiones elaboradas a partir de las apreciaciones del grupo de mujeres específico que conformaba nuestro objeto de estudio.

Por ello, para futuras investigaciones sería necesario elaborar un marco de análisis que subraye la heterogeneidad de las mujeres, ya que el grupo investigado es un grupo muy especial: son mujeres usuarias inmersas en la SI que no sufren muchas de las limitaciones y barreras al uso de las TIC por parte de otras mujeres. Por ejemplo, en este estudio no se refleja el estereotipo de la mujer *tecnofóbica* porque todas las mujeres seleccionadas usan las TIC de manera intensiva, pero ello no significa que no exista. Asimismo, no se refleja con contundencia el problema de la falta de tiempo para el uso de estas tecnologías, de la cesión del tiempo a otros, de la flexibilidad en el trabajo, etc., que constituyen barreras importantes para muchas mujeres. El tiempo profesional penetra cada vez más en el doméstico; ambas actividades se entremezclan y se hace muy difícil diferenciar el espacio y el tiempo correspondiente a cada una de ellas.

En consecuencia, sería interesante completar los resultados de esta investigación desarrollando otros proyectos que permitieran analizar en profundidad:

- A las mujeres no usuarias, para indagar en las motivaciones por las que no utilizan las TIC.
- A los hombres usuarios, para apreciar las diferencias entre el uso masculino y el femenino.
- Investigar más ampliamente las diferencias entre los usos profesionales y los domésticos por parte de las mujeres.
- Investigar el papel de las innovadoras en su hogar, pues ellas a veces ceden el uso del ordenador a su familia, comportamiento que puede estar relacionado con cuestiones morales (generosidad de las mujeres) o con una cierta visión conservadora acerca del papel del hombre en el hogar.

BIBLIOGRAFÍA

- AIMC: *Cuarta encuesta AIMC a usuarios de Internet. 2001.*
<<http://www.aimc.es/aimc>>
- AIMC: *Estudio General de Medios. 1ª Ola 2002.*
- AIMC: *Estudio General de Medios. 3ª Ola 2001.*
- Benería, L.: “Global Markets, Gender and the Davos Man” en *Feminist Economics*, vol. 5(3), 1999.
- Bianchi, M.: “Más allá del doble trabajo”, en Borderías, C., Carrasco, C. y Alemany, C. (1994). *Las mujeres y el trabajo. Rupturas conceptuales*, Madrid-Barcelona: Icaria-Fuhem, 1978.
- Blau, F.; Ferber, M. y A. Winkler: *The Economics of Women, Men, and Work* (3rd ed). Prentice Hall, 1998.
- Carnoy, M.: *Trabajo, familia y comunidad en la era de la información*. Madrid: Alianza, 2001.
- Castaño, C. et al: *Diferencia o discriminación. La situación de las mujeres españolas en el mercado de trabajo y el impacto de las tecnologías de la información*. Madrid: CES, 1999.
- Castaño, C. et al: *La mujer en el Metal: Empleo, cualificación y formación*. Madrid: Federación Siderometalúrgica de UGT, 1998.
- Castaño, C.: “Economía y Sociedad en el siglo XXI. Un nuevo espacio para las mujeres”. Conferencia impartida en la *Jornada sobre Participación de las Mujeres en los Cambios Económicos y Sociales*, CES de Barcelona, 17 de Octubre de 2000.

- Castaño, C.: “Las Transformaciones del Trabajo”, en *Las Culturas del Trabajo en el Siglo XX*. Barcelona: CCB, 2000.
- Castaño, C.; Román, C.; Guerrero, M.J. y R. Ruiz: *Andalucía ante la Sociedad de la Información*. Sevilla: Consejo Económico y Social de Andalucía; Instituto de Desarrollo Regional, 2002.
- Castells, M.: *La Era de la Información. Vol. I, 2ª Edición*. Madrid: Alianza, 2000.
- Castells, M.: *La Era de la Información. Vol. I, II y III, 1ª Edición*. Madrid: Alianza, 1997.
- Castells, M.: *La Galaxia Internet*. Madrid: Areté, 2001.
- Cebrián, I., Moreno, G. y Toharia, L.: “Transiciones laborales de las mujeres casadas en España”, en *Información Comercial Española; nº 760*, 1997.
- Chesnais, J.F.: “Fertility Rate in European Countries” in *Population and Development Review*, 1996.
- CIS: *Barómetro de Septiembre 2001*. Madrid: CIS, 2001.
- Colecchia, A. & Papaconstantinou, G.: *The Evolutions of Skills in OECD Countries and the Role of Technology*, Science, Technology, Industry (STI) Working Papers 1996/8. París: OECD, 1996.
- Comisión Europea: “Internet and the public at large”. *Eurobarometer N°103 y N° 112*. 2001.
- Comisión Europea: Marco Comunitario de Apoyo (2000-2006) para las regiones españolas del Objetivo 1. <<http://europa.eu.int>>
- CPRS News Letters, Vol 18, nº 1, Winter 2000.
- Díaz Nosty: *Informe de la Comunicación 2002. Los medios y la modernización en Andalucía*. Madrid: Grupo Zeta, 2002.
- Ducatel, K. and Burgelman, J.C.: *The Futures Project. Employment Map*, Series nº 13, EUR 19033 EN. Seville: European Commission, Institute for Prospective Technological Studies, 1999.
- Eurostat: *Information Society Statistics*. European Commission, 2001.
- Fisher, H.: *El primer sexo*. Madrid: Taurus, 2000.

- Fundación Auna: *eEspaña 2002. Informe anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la información en España*. Madrid, 2002.
- Garrido, L.: *Las dos biografías de la mujer en España*. Madrid: Instituto de la Mujer, 1993.
- Instituto Andaluz de la Mujer: *Empleo Now*, nº6, IV Trim., 1999.
- Instituto Andaluz de la Mujer: *Instituto Andaluz de la Mujer*, 2000.
- Instituto de Estadística de Andalucía. [En línea].
<<http://www.iea.junta-andalucia.es>> [Consulta: junio 2002].
- Instituto de Estadística de Andalucía. *Anuario Andaluz de las Mujeres 2001. Perspectivas de Género*.
<<http://www.iea.junta-andalucia.es/anuarioMujer/anuarioMujer01>>
- Instituto de Estadística de Andalucía. *El Mercado de Trabajo en Andalucía. Datos Estructurales 2001*. <<http://www.iea.junta-andalucia.es/merctrab>>
- Instituto de Estadística de Andalucía. *Mujeres Andaluzas. Datos Básicos 2002*.
<<http://www.iea.junta-andalucia.es/dtbas/dtbmujer02/dtbmujer02.pdf>>
- Instituto de la Mujer: *Folleto divulgativo de C-TEST*, 2002.
<<http://www.mtas.es/mujer/formactest>>
- Instituto Nacional de Estadística. [En línea]. <<http://www.ine.es>> [Consulta: junio 2002].
- Junta de Andalucía (2000): *Iniciativas Comunitarias Empleo y Adapt en Andalucía. Avance de resultados finales 1998-2000*, Sevilla.
- Mansell, R. and Wehn, U. (1998): *Knowledge Societies: Information Technologies for Sustainable Development*, Oxford University Press.
- Marcelle, G.M.: *Transforming Information & Communications Technologies for Gender Equality*, Gender in Development Program, UNDP, May 2000.
- Moreno, G., Rodríguez, J.M. y Vera, J.: *La participación laboral femenina y la discriminación salarial en España*. Madrid: Consejo Económico y Social, 1996.
- MTAS: *El Fondo Social Europeo. España 2000-2006* (tríptico), Madrid: MTAS, 2001.

MTAS: *El Fondo Social Europeo en España 2000-2006*. Aspectos más relevantes de los Marcos Comunitarios de Apoyo (tríptico), Madrid: MTAS, 2001.

OCDE: *Understanding the Digital Divide*, 2001.
<<http://www.oecd.org/dataoecd/38/57/1888451.pdf>>

Osuna, J.L.; Rodríguez, P. y M. Sánchez-Apellániz: Dictamen *Las mujeres y el mercado de trabajo en Andalucía*. Sevilla: Instituto de Desarrollo Regional, 1999.

Parkman, A.M.: *Why Married Women Work*. Business Week, September 22, 1997.

Pew Internet & American Life Project: [En línea] <<http://www.pewinternet.org>>

Programa Equal. Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico: [En línea] <<http://www.equal.ced.t.junta-andalucia.es>>

Red Gea. [En línea] En España <<http://www.geanet.net>> A nivel internacional: <<http://www.bbjet.it>>

Rodríguez, P. (coord.); González, M.; Palacios, C. y M. Sánchez-Apellániz: *El empresariado femenino en Andalucía*. Sevilla: Instituto de Desarrollo Regional; Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico, 2003.

Rodríguez, P. y Román, C. (eds.): *La mujer en el mercado de trabajo*. Málaga: Consejería de Trabajo e Industria; Instituto de Desarrollo Regional, 2000.

Rubery, J.: “La segregation professionnelle des femmes et des hommes dans la Communauté Européenne” en *Europe Sociale*, Supplement 3/93, 1993

Sadker, M. & Sadker, D.: *Failing at fairness: How our schools cheat girls*, New York, Simon and Schuster, 1994.

Telefónica: *Informe Telefónica sobre La Sociedad de la Información en España*, 2000.

The Pew Internet & American life Project, 10 mayo 2000: *Tracking on line life: How women use the Internet to cultivate relationships with family and friends*.

Toharia, L. et al: *El mercado de trabajo en España*. Madrid: McGraw-Hill, 1998.

Truong, Hoai-Ann: *Gender Issues in Onlaine Communications*, CPRS, News Letters, septiembre 1999.

VV. AA.: *Foro andaluz de las tecnologías a favor de la igualdad y el empleo*, Granada 29-30 junio 2000, Ponencias e intervenciones.

Wootton, B.H.: "Gender differences in occupational employment". *Monthly Labor Review*. Abril, 1997.

DIRECCIONES INTERNET:

Comunicados de prensa de NetValue: <http://es.netvalue.com/presse>

Diputaciones:

<http://www.dipalme.org/mujer>

http://www.dipgra.es/dmujer/muj_pro4.htm

<http://www.diphuelva.es>

http://www.dipucadiz.es/Areas/politica_igualdad/portada.asp

http://www.dipucordoba.es/mujer/dmuj_0f.htm

<http://www.dipujaen.org>

<http://www.dipumalaga.org/institucion/transversalidad/transversalidad.html>

<http://www.dipusevilla.es/mujer>

Instituto de la Mujer: <http://www.mtas.es/mujer>

Instituto Andaluz de la Mujer: <http://www.iam.juntadeandalucia.es>

E-empresarias.net: <http://www.e-empresarias.net>

Junta de Andalucía: <http://www.redicand.cedt.junta-andalucia.es>

Nielsen NetRatings: <http://www.nielsen-netratings.com>

Nua Internet Surveys, 26/08/2002: <http://www.nua.ie/surveys>

UAFSE (2002): <http://www.mtas.es/uafsewww.empleo-nowandalucia.org>

Univertecna: <http://194.224.229.53/univertecna/bienve2.html>