

# MUJERES 2.0. POR UNA ALFABETIZACIÓN DIGITAL Y MEDIÁTICA CON GÉNERO

Tiani Trein Barbieri/ Ana Bravo Mejía  
[tianibarbieri@gmail.com](mailto:tianibarbieri@gmail.com), [anabravomejia@gmail.com](mailto:anabravomejia@gmail.com)  
Cibernàrium.

Tiani Trein Barbieri:  
Máster en Comunicación y Educación/ Comunicación Social - Periodismo  
Ana Bravo Mejía  
Máster en Comunicación y Educación. Comunicóloga.

## Resumen:

Consideraciones en torno a una alfabetización digital con género que brinde a las mujeres las herramientas necesarias para trascender las cuatro principales desigualdades que enfrentan durante el aprendizaje de las tecnologías de la información y la comunicación. Desigualdades identificadas durante la práctica de las autoras como formadoras de alfabetización digital.

**Palabras clave:** alfabetización digital, TIC, educación, mujeres, Web 2.0.

## Abstract:

Reflections about digital literacy training for women that would give them the tools needed to transcend the four major inequalities they face during the learning of information technology and communication. Inequalities identified during the practice of the authors as digital literacy trainers.

**Keywords:** digital literacy, education, ITC, women, Web 2.0

A partir de la práctica como formadoras de alfabetización digital y mediática en Cibernàrium<sup>1</sup>, como usuarias y productoras de contenidos con tecnologías de la información y la comunicación, desde nuestra óptica como comunicólogas y la experiencia vivida como realizadoras del vídeoclip documental *Conquistando Nuevas Redes*, presentamos algunas reflexiones en torno a una alfabetización digital con género.

Una modalidad de alfabetización digital con género orientada, no sólo a mujeres que no tienen dominio del ordenador ni tampoco de la navegación web, pero también a las que, aún sabiendo cómo usarlo, se limitan a ser sólo consumidoras de información (usan redes sociales, chats, herramientas de comunicación, entretenimiento, compras, noticias, etc.), y a aquellas que quieren producir, o ya producen contenidos propios, pero sin igualdad de género, sin una mirada crítica que les permita identificar la disparidad presente en la web e incidir en la creación con igualdad.

---

<sup>1</sup> Espacio para el aprendizaje en nuevas tecnologías del Ayuntamiento de Barcelona.

## **Conquistando Nuevas Redes, el vídeo**

Un primer paso de nuestra experiencia fue la realización del videoclip documental *Conquistando Nuevas Redes* donde quedó plasmado el testimonio de cinco mujeres mayores acerca de sus primeros encuentros con los ordenadores y la navegación web.

*Conquistando Nuevas Redes* surgió al enfrentarnos en la práctica formativa con la difícil relación de mujeres mayores y la Red. A la vez, la idea principal al crear el guión era transmitir un mensaje alentador a todas y todos quienes nos proponemos, constantemente, diferentes desafíos en la vida para dar nuestro mayor esfuerzo, continuar y beneficiarnos del aprendizaje de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Conforme avanzó la realización, se fue configurando una nueva intención, ahora para encontrar la manera de hacer saber que todas las mujeres tenemos nuestro propio potencial multimedia y sólo hay que despertarlo, nutrirlo y desarrollarlo con ayuda de las TIC.

Es así que finalmente en la intención del vídeo confluyeron los anteriores factores para ayudarnos a desmontar algunos estereotipos creados por la sociedad, entre ellos: que las que no hemos nacido en la era digital somos menos capaces, tenemos menos competencia para determinadas cosas, que internet y la web son sólo para jóvenes y otras suposiciones más que acaban interfiriendo y dificultando el aprendizaje de mujeres adultas, principalmente.

Por ser mujeres, ha sido inevitable inclinar nuestro mensaje y tratar de descubrir nuevos códigos para transmitir, de manera directa la necesidad de que todas hallemos y desarrollemos ese potencial multimedia, pero sabemos, y es necesario reconocer, que es un potencial presente en todas las personas sin importar su género, edad o posición social.

En el caso de las mujeres, creemos firmemente que es un potencial que llevamos dentro desde los más remotos tiempos, cuando ya incluso trabajábamos en "red" y de forma cooperativa: cantando, bailando, contando historias, mientras entretejíamos nuestras tramas, físicas y relacionales.

Confiamos, entonces, en que al reconocer y retomar ese potencial, tanto hombres como mujeres, entenderemos nuestro derecho de compartir los espacios de la red de forma igualitaria.

Respecto a su estructura, decidimos presentar en el audiovisual diálogos sencillos, tomas que en un principio no siguen exactamente las normas técnicas establecidas, pero que fueron consideradas porque transmiten justamente la manera incipiente de expresarse de nuestras entrevistadas.

Asimismo, es importante añadir que *Conquistando Nuevas Redes* plantea tres retos a superar para conquistar la red. El primero está estrechamente relacionado con un dispositivo periférico del ordenador: el ratón. Perderle el miedo y "domesticarlo" será fundamental para continuar el aprendizaje.

El segundo reto evoca lo que se podría considerar como habilidades multimedia propiamente femeninas, fundamentándose en la premisa generalizada que las mujeres podemos hacer varias cosas al mismo tiempo, así como desempeñar diversos papeles a lo largo de nuestras vidas: hijas, hermanas, novias, esposas, madres, abuelas, profesionistas, mandatarias, políticas, empresarias, maestras y más. Al recordar estas habilidades, que si bien no son privativas de la mujer pero nos caracterizan, las tecnologías de la información y comunicación junto con las herramientas multimedia que ofrecen, quedan como un tema en el que las mujeres ya tenemos experiencia de forma innata e intuitiva, sólo hace falta redescubrirlas y seguir nutriéndolas.

“Tejer diseños complejos exige mucho más que un par de manos, la producción tiende a ser un trabajo comunal y social que da muchas ocasiones para cotillear y charlar. Tejer ya era una producción multimedia: cantar, corear, contar historias, bailar y jugar mientras trabajaban las hiladoras, tejedoras y zurcidoras que eran literalmente trabajadoras de [en] la red [networkers]” (PLANT: 1998, 70).

El último reto es una invitación a superar cualquier otro que se presente, a buscar soluciones y perseverar en la intención de aprender y esforzarse. Es una reflexión sobre cómo las mujeres -en este caso- siempre encontramos salida a los diferentes desafíos que nos surgen, y es además un ejemplo de cómo dicho ingenio nos ayuda a avanzar en el uso de las TIC.

Los testimonios contenidos en el documental, fueron expresados por cinco mujeres mayores de edad que asisten a Cibernàrium, centro de formación en las tecnologías de la información y comunicación, vinculado a Barcelona Activa, organismo dependiente del Ayuntamiento de Barcelona.

Interesarnos por las tecnologías de la información y comunicación, despertar el interés de quienes todavía no usan las herramientas de la web, descubrir una nueva mirada hacia las TIC y hacia nuestras mismas capacidades, entre otros mensajes que se transmiten con este documental, hacen que de un breve y sencillo vídeo nuestra propuesta se convierta en una herramienta que sea un punto de partida para quien no se ve en condiciones de aprender, aprovechar y participar en internet.

### **Alfabetización digital con género**

“Las redes mundiales de comunicación se han utilizado para difundir imágenes estereotipadas y degradantes de la mujer con estrechos fines comerciales y de consumismo. Mientras la mujer no participe equitativamente en las esferas técnica y de adopción de decisiones dentro del contexto de las comunicaciones y los medios de difusión, incluidas las artes, seguirá siendo objeto de representaciones falsas y se seguirá desconociendo cómo es en realidad su vida” (CUARTA CONFERENCIA MUNDIAL SOBRE LA MUJER: 1995, 14).

La alfabetización digital con género que visualizamos a partir de nuestras experiencias promovería en las mujeres, y principalmente en ese grupo de mujeres sin acceso a ordenadores e internet en casa (porque no tienen ordenador, porque no tienen conexión a internet o porque su marido, sus hijos o cualquier otro pariente no les permite usar el ordenador), las herramientas

necesarias para desarrollar en ellas la habilidad de acceder, analizar y evaluar el poder de los textos, imágenes, sonidos y mensajes en la web, así como la capacidad de comunicarse con fluidez y producir sus propios contenidos desde su óptica femenina.

El resultado positivo de una alfabetización con género debería incidir en la reducción de las cuatro grandes brechas o desigualdades que enfrentan actualmente muchas mujeres en el camino a la Sociedad de la Información y Comunicación. Las dos primeras brechas que aquí señalamos han sido identificadas anteriormente por el Observatorio e-igualdad<sup>2</sup>, denominadas en su informe *Las brechas digitales de género* como Primera, Segunda y Tercera Brecha<sup>3</sup>.

Nuestras reflexiones además incluyen dos brechas que aluden a cómo se ven las mujeres en los contenidos existentes en la web y la segunda al contenido propio que producen las mujeres. Es decir, la desigualdad no se detiene en el acceso y uso de las TIC, así como en el aprendizaje de las mismas, sino que también se detecta una marcada diferencia de producción de contenidos y por ende, unos contenidos existentes que reflejan estereotipos de la mujer posicionándola en situaciones carentes de respeto y dignidad al género, tal y como sucede en cualquier otro medio de comunicación tradicional.

Las brechas son:

1. brecha digital de género,
2. brecha de uso y habilidades tecnológicas,
3. brecha de contenido y
4. brecha de producción.

### **1. Brecha digital de género.**

Existen menos usuarias que usuarios. Las cifras reportan crecimiento en el equipamiento y uso de las TIC en los hogares españoles: “El número de internautas ha crecido un 6,0% respecto al año 2008”<sup>4</sup> y “66,3% de los hogares dispone de ordenador”, superando así por 2,7 puntos la cifra del año pasado. Sin embargo con todo y que hay ordenador en casa, muchas mujeres (sin contar a las adolescentes) no lo usan porque no saben, no las dejan, no tienen tiempo o tienen miedo a la tecnología.

---

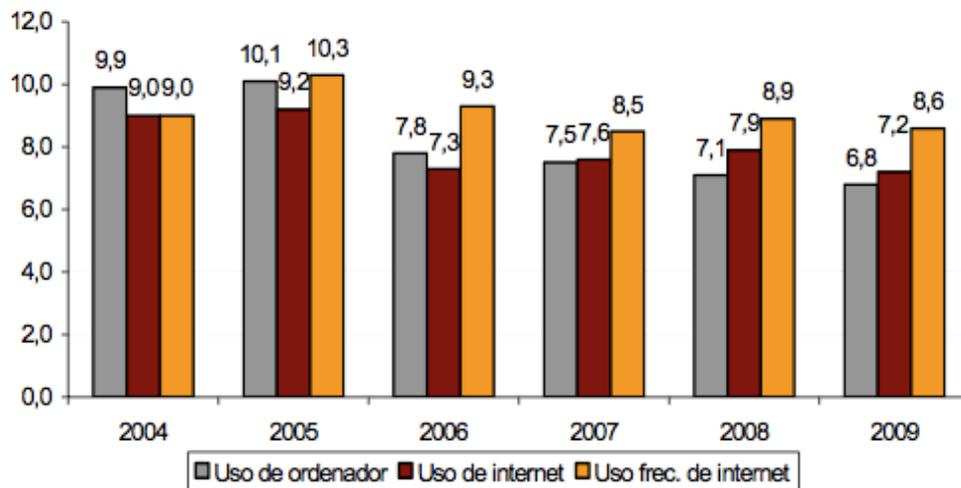
<sup>2</sup> Observatorio e-igualdad, *Las brechas digitales de género*, Universidad Complutense de Madrid, 2008, págs. 2-6.

<sup>3</sup> La segunda y tercera brechas digitales en nuestro documento son consideradas en una sola.

<sup>4</sup> Instituto Nacional de Estadística, *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Año 2009*, 2 de octubre 2009.

## La brecha digital de género (diferencia entre porcentajes de hombres y mujeres)

Años 2004-2009



### 2. Brecha de uso y habilidades tecnológicas.

La aproximación de las mujeres a las TIC es diferente a la de los hombres. Ellas usan la web para distintos fines que los hombres y el proceso de aprendizaje es diferente también. En nuestra práctica como formadoras en Cibernàrium día a día pudimos corroborar con distintas mujeres lo que aquí retomamos de estudios que se han realizado al respecto y fundamentan estas dos afirmaciones.

#### Las mujeres usan la web diferente:

"Los hombres hacen un mayor uso de la Red con fines de consumo y lúdicos, en los que, además, la presencia de productos tecnológicos es más acusada, mientras que las mujeres presentan una tendencia a optar por servicios de contenido práctico y social. En general, las mujeres utilizan Internet como un instrumento para realizar actividades específicas (mantener contacto con amigos y familiares, participar en grupos de diálogo, obtener información y realizar gestiones prácticas). Sólo en poquísimos casos las mujeres que utilizan Internet tienen conocimientos técnicos profundos, hacen un uso avanzado de la red y de sus aplicaciones o ejercen autoridad" (RODRÍGUEZ; 2008).

"En general, ellas utilizan las TIC en su tiempo libre para buscar información, para comunicarse, y ellos consideran que parecen interesarse más por los componentes técnicos de la máquina, los juegos, etc" (RED2RED CONSULTORES (S.L.); 2008, 136).

"Es diferente la percepción de utilidad de las TIC entre mujeres y hombres; mientras que las mujeres perciben estas herramientas desde una perspectiva práctica y utilitaria (como herramienta de trabajo fundamentalmente), los hombres, además de compartir este punto de vista, asocian las TIC, al ocio y al interés lúdico" (RED2RED CONSULTORES (S.L.); 2008, 250).

## **Las mujeres aprenden diferente:**

“Los procesos de alfabetización digital entre hombres y mujeres se desarrollan bajo patrones diferentes. Los hombres son más proclives a desarrollar procesos autodidactas de aprendizaje en su relación más habitual con las TIC, mientras que las mujeres prefieren un acercamiento guiado que pueda ayudarles a superar la menor motivación *a priori* causada por el desconocimiento. La mayor asistencia de las mujeres a cursos de formación tecnológica responde a esta realidad... ellas parecen estar más concienciadas, dispuestas y con la necesidad de aprender. Ellas, a pesar de tener un manejo de partida menor, muestran más interés e ímpetu en el proceso de aprendizaje” (RED2RED CONSULTORES (S.L.); 2008, 252-253).

Aquí debemos incluir que esa voluntad por aprender tiene un reto a vencer: el miedo a la tecnología que caracteriza a las mujeres que inician.

“La reducción de los miedos e inseguridades generados en las mujeres en relación al mundo tecnológico se produce una vez que se toma la decisión de adquirir conocimientos y percibida la gran cantidad de oportunidades que ofrecen las TIC” (RED2RED CONSULTORES (S.L.); 2008, 252).

## **3. Brecha de contenido.**

La representación del género en la web reproduce las desigualdades de antaño en los medios tradicionales.

"En los medios on-line se sigue la tradición de representación de género en la que el hombre aún es objeto y sujeto mayoritario de las noticias. En este sentido, un 82% de las menciones de género contabilizadas son masculinas, frente al 18% que son femeninas, una cifra que destaca el gran desequilibrio de la representación de género existente en los contenidos informativos on-line. Si profundizamos en el análisis contabilizando las menciones de género que utilizan el nombre propio del sujeto, vemos que hay 10.170 nombres propios referidos a hombres y sólo 1.099 a mujeres: por cada mujer aludida directamente por su nombre propio en una noticia aparecen diez hombres...

...Del 82% de las referencias al género masculino, casi la mitad (un 46%) focalizan la identificación del sujeto de la información en el nombre propio, mientras que en el 18% de las menciones al género femenino, las tres cuartas partes (el 74%) utilizan el genérico femenino, lo que conlleva que la figura de la mujer como objeto de la información se diluya en el global de su propio género. Podemos concluir que el peso de la mujer como individuo es aún muy inferior al del hombre y que las alusiones informativas a la mujer mayoritariamente se hacen desde el prisma de la comunidad a la que pertenece...

...La fotografía es otro de los elementos que juega un papel importante en la presentación de género de los diferentes actores informativos. La posibilidad de identificación visual de los y las protagonistas es un dato más que añadir en relación al corpus de nuestro estudio. El 57% de las piezas analizadas incluyen una o más fotografías. De este porcentaje el 54% corresponde exclusivamente a hombres, el 12% a mujeres y el 13% a ambos géneros, restando un 21% que no hace referencia a ningún personaje" (FRANQUET, et.al; 2006, 275-277).

## **4. Brecha de producción.**

La participación de las mujeres en el sector TIC tanto laboralmente como en la producción de contenidos en la web –por ejemplo– tiene un nivel bajo.

“El sector TIC se caracteriza por la escasez de mujeres en sus plantillas. En el año 2007, la cifra de mujeres ocupadas en el sector respecto a los hombres era de un 31,6%, lo cual demuestra el desequilibrio respecto a los hombres, pero plantea un panorama más igualitario que en otros sectores productivos, exceptuando el sector servicios. La evolución de la composición por sexo de las personas ocupadas en el sector TIC ha disminuido ligeramente entre los años 2001 y 2006, de forma paralela a los mismos datos relativos a la Europa de los 27” (RED2RED CONSULTORES (S.L.); 2008, 257).

Incluso al hacer una lectura de algunos contenidos producidos por mujeres, la mayoría reproducen la tradición androcéntrica que nos vuelve invisibles, sin percatarse de ello. El equilibrio de la representación de las mujeres en los contenidos de la web corresponde a las mismas mujeres. Depende de nosotras aprender a usar las TIC y producir contenidos en la web con igualdad de género, sobre todo considerando que las TIC propiciarán cambios y nuevos panoramas en los que debemos garantizar nuestra participación.

“Las mujeres no deben tener únicamente un papel de usuarias, sino que deben asumir roles protagonistas que signifiquen su empoderamiento en estos sectores altamente masculinizados. Así, las nuevas tecnologías pueden convertirse en un elemento impulsor de la igualdad entre los sexos a través por ejemplo de las redes sociales o la creación de Blogs donde se compartan, entre otras cuestiones, reclamos, intereses y buenas prácticas en la materia TIC” (RED2RED CONSULTORES (S.L.); 2008, 262).

En este sentido es necesario enseñar a producir con género, cuidando un lenguaje e imágenes utilizados para representar con igualdad y respeto a la mujer en la Red, pero no sólo a las mujeres adultas y mayores, también a las niñas y adolescentes pues aunque ellas han superado las dos primeras brechas digitales, falta lograr que sus contenidos sean incluyentes (y conscientes) de su propio género.

“Las generaciones más jóvenes han demostrado tener un acercamiento a las TIC igualitario entre mujeres y hombres... entre las personas menores de 15 años el uso de ordenadores e Internet es mayor entre las niñas que entre los niños” (RED2RED CONSULTORES (S.L.); 2008, 250-251).

“Nos enseñaron que la lengua es neutra y el masculino sirve para el genérico y universal. Hemos seguido estos criterios socialmente aceptados sin darnos cuenta de sus consecuencias, sin pensar lo discriminatorio que resulta incluir a la mujer dentro del genérico masculino, al hacerla desaparecer e invisibilizarla. Al utilizar el masculino como universal se le está otorgando al hombre la categoría de sujeto social a la vez que se niega la existencia a las mujeres. El genérico masculino es el referente y el femenino se diluye en él. Se produce por tanto una sobrevaloración de lo masculino. El lenguaje es un sistema dinámico, cambiante y adaptable a las necesidades de los grupos sociales que lo hablan, por ello es un instrumento importante que puede utilizarse a nuestro favor, y en el caso que nos ocupa, puede ayudar a cambiar la situación de subordinación que sufren las mujeres” (SIMÓN; 2009, 2).

“Toda persona es del género masculino, a no ser que se especifique lo contrario. Como consecuencia, "varón" y "ser humano" son términos sinónimos; y también lo son "masculino" y "universal". Esta regla opera fundamentalmente a través del uso del masculino como presunto universal (los notarios, para referirse a hombres y mujeres al frente de una notaría, los vascos, para hablar de mujeres y hombres naturales de Euskadi). Se trata de una regla que hace que nuestra mente vea, antes que nada, varones en las personas nombradas

en masculino para designar su clase, función, oficio, profesión o situación social (Secretario General, Directores, dramaturgo, fundador, pacientes, conductores...). Como veis, y deseo dejar bien claro, no se trata de una regla gramatical, esto es, de la "estructura" de la lengua, sino una interpretación pragmática de la misma. La regla llega a impregnar nuestro imaginario de tal modo que cualquier masculino (presuntamente universal) crea en nuestra imaginación imágenes masculinas" (BENGOECHEA; 2003, 6).

## Conclusiones

La desigualdad actual entre hombres y mujeres tiene una raíz milenaria. Años de tradición androcéntrica nos han posicionado en bajos porcentajes de participación en muchos sectores y actividades, aunque paradójicamente en el mundo haya más mujeres que hombres y seamos tan capaces de, por ejemplo, generar contenidos, como los hombres.

"La socialización que ellas reciben desde su infancia y las expectativas que el profesorado, las instituciones educativas, sus propias familias y la sociedad en general, sustentadas en un sistema que sigue estableciendo roles por sexo, pueden haber influido en la concepción que las mujeres, especialmente las de generaciones de mayores, tienen de sí mismas en la formación técnica y sobre sus capacidades y habilidades para la utilización de las TIC en general" (RED2RED CONSULTORES (S.L.); 2008, 188).

Por lo anteriormente expuesto, una alfabetización digital con género, desde nuestras reflexiones, enfrenta básicamente cuatro grandes retos:

Reto 1: Enseñar a usar las TIC y usarlas productivamente.

Reto 2: Desarrollar en las mujeres un aprendizaje y uso crítico mediante una enseñanza que infunda confianza, ánimo y determinación.

Reto 3: Promover una visión crítica de los contenidos en la Web para tomar conciencia de la situación que muestran las cifras.

Reto 4: Resaltar la importancia de un lenguaje concebido con base en la igualdad, lo cual nos permitirá reeducar nuestro imaginario colectivo para que pasemos a la interiorización de nuevos conceptos, más amplios e incluyentes, donde ambos géneros reciban el mismo tratamiento a la hora de crear y participar en la Web.

## Referencias bibliográficas

BENGOECHEA, Mercedes. *El lenguaje instrumento de igualdad*, Iniciativa Comunitaria Equal, Zaragoza, 2003, 14 pp.

[http://www.fongdcam.org/manuales/genero/datos/docs/1\\_ARTICULOS\\_Y\\_DOCUMENTOS\\_DE\\_REFERENCIA/H\\_USO\\_NO\\_SEXISTA\\_DE\\_LA LENGUA/EI\\_lenguaje\\_instrumento\\_de\\_igualdad.pdf](http://www.fongdcam.org/manuales/genero/datos/docs/1_ARTICULOS_Y_DOCUMENTOS_DE_REFERENCIA/H_USO_NO_SEXISTA_DE_LA LENGUA/EI_lenguaje_instrumento_de_igualdad.pdf) (Consulta: 18 de abril de 2010)

CUARTA CONFERENCIA MUNDIAL SOBRE LA MUJER, *Declaración y plataforma de acción de Beijing*, 143 pp.

<http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20S.pdf> (Consulta: 1º de abril de 2010)

FRANQUET, Rosa.; LUZÓN, Virginia.; RAMAJO, Natividad., “La información en los principales medios de comunicación on-line. Estudiar la representación de género”, 2006, 282 pp.

[http://www.ehu.es/zer/zer22/ZER%2022\\_franquet.pdf](http://www.ehu.es/zer/zer22/ZER%2022_franquet.pdf) (Consulta: 12 de abril de 2010)

SIMÓN, Elena, *Guía para la utilización de un lenguaje no sexista*, Agrupación de Desarrollo Sierras Norte de Extremadura, 2009, 11 pp.

<http://www.apu.org.uy/wp-content/uploads/2009/09/guia-para-periodismo-con-lenguaje-no-sexista.pdf> (Consulta: 18 de abril de 2010)

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Año 2009*, 2 de octubre 2009. <http://www.ine.es/prensa/np570.pdf> (Consulta: 15 de abril de 2010)

OBSERVATORIO E-IGUALDAD, *Las brechas digitales de género*, Universidad Complutense de Madrid, 2008, págs. 7pp. <http://www.e-igualdad.net/VerDocumento.aspx?id=323> (Consulta: 15 de abril de 2010)

PLANT, S., *Ceros + unos: mujeres digitales + la nueva tecnocultura*, Destino, Barcelona, 1998, 309 pp.

RED2RED CONSULTORES (S.L.), *Mujeres y nuevas tecnologías de la información y la comunicación*, Instituto de la Mujer, Madrid, 2008, 307 pp, <http://www.scribd.com/doc/16472998/Mujeres-y-Nuevas-Tecnologias-de-la-Informacion-y-Comunicación> (Consulta: 15 de abril de 2010)

RODRÍGUEZ, Amelia, “Género y TIC. Hacia un nuevo modelo más equilibrado o la Sociedad de la Información a dos velocidades”, Portal de la Comunicación del Instituto de la Comunicación de la UAB

[http://www.portalcomunicacion.com/ESP/n\\_aab\\_lec\\_3.asp?id\\_llico=52&index=7](http://www.portalcomunicacion.com/ESP/n_aab_lec_3.asp?id_llico=52&index=7) (Consulta: 16 de abril de 2010).