Usos y consumos de las mujeres

POR **MARÍA ISABEL MENÉNDEZ MENÉNDEZ**

La cultura digital es el paradigma de la sociedad contemporánea. Sin embargo, este marco conceptual esconde realidades de exclusión, como la brecha digital de género. Las diferencias de uso y acceso exigen la reflexión sobre una cultura que no ha alcanzado la equidad.

Es un hecho incuestionable que las sociedades avanzadas hoy se definen desde lo digital. La tecnología ha modificado conceptos como espacio, tiempo o privacidad, para sumergir a los individuos en nuevos paradigmas. La sociedad que hemos conocido hasta el siglo XX, heredera de la Revolución Industrial y de la que han sobrevivido sus instituciones principales, como las fábricas o las escuelas, está siendo reformulada en las últimas décadas hacia un nuevo marco de conocimiento técnico y tecnológico. Se define desde términos integrales como globalización o conocimiento y desde presupuestos como el aumento de la calidad de vida, al tiempo que persisten otras problemáticas como la desigualdad, la uniformidad o la alteración del espacio privado. Básicamente se trata de un nuevo modelo social, caracterizado por una información circulante que se desplaza a gran velocidad (Pérez, 2005, p. 247).

La popularización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha transformado tanto las relaciones interpersonales como la propia construcción de identidad. En este sentido, Castells aseguraba ya hace tiempo que la gente «se organiza cada vez más, no solo en redes sociales, sino en redes sociales conectadas por ordenador» (Castells, 2001, p. 152). Y desde hace poco más de tres años, son precisamente las redes sociales el fenómeno de moda en Internet, un fenómeno que parece imparable (Gómez, 2010).

Desde la irrupción de las TIC, la participación social y el discurso mediático se han ampliado con espacios virtuales y comunidades de iguales, algo de especial interés entre las personas más jóvenes. Sin embargo, la llamada ‘revolución tecnológica’ no siempre se define desde el acceso y el uso igualitarios.

Fundación Telefónica
Telefónica

Estrategias de uso de las TIC

Las innovaciones que van intrínsecamente unidas a los ordenadores e Internet requieren habilidades específicas; es decir, el acceso no es suficiente. Estas tecnologías exigen aprendizajes concretos, tanto si se desea utilizarlas como herramientas como si se prefiere hacer un uso de consumo o entretenimiento. Su potencialidad innegable demanda cierta capacidad de memoria y pensamiento abstracto. Es decir, aunque es frecuente considerar que Internet está al alcance de todo el mundo, la realidad es que exige ciertas destrezas que superan el leer y escribir (a menudo en inglés), puesto que también es necesario haber desarrollado capacidades de búsqueda de información, procesamiento y uso para obtener determinados objetivos. De otra forma, no deja de ser un elemento más de consumo pasivo, tal y como se suele afirmar que sucede con los medios de comunicación de masas. Por consiguiente, no pueden contribuir al desarrollo humano o la creación de identidad de la misma forma (Castaño, 2008, p. 24).

En efecto, habitualmente se ha definido la comunicación en Internet como opuesta a la comunicación a través de los medios de comunicación de masas. El mensaje de estos últimos sería lineal, centrado en el emisor de la información y con poca o nula participación de la audiencia. Internet, y más específicamente lo que se ha venido en llamar Web 2.0, viene a modificar radicalmente la cuestión, lo que también afecta a las construcciones de identidad (Francès, Llorca y Mollà, 2009, p. 108).

Web 2.0 es un término acuñado por Dale Dougherty en 2004 para dar cuenta de la evolución en el uso y acceso a las redes tecnológicas. Hay consenso en admitir que el cambio que supone la Web 2.0 es, esencialmente, la aparición de una comunicación basada en la colaboración y el intercambio, en la que han aumentado exponencialmente las posibilidades multimedia. Las comunidades virtuales son ahora redes de lazos interpersonales que proporcionan posibilidades de interacción social, información, entretenimiento y apoyo.

Es decir, la Web 1.0 se caracterizaba por la existencia de páginas web cuyos contenidos eran generados por quienes los editaban, mientras que en la Web 2.0 son los propios usuarios y usuarias quienes generan los contenidos que serán utilizados por el resto de los participantes. La gente es también creadora y editora de sus espacios. Se trata de una modificación del rol: de pasivo a activo, creador y explotador de contenidos. Es una transformación desde la ‘mera contemplación privada’ a la conversión en «verdaderos creadores de contenido, al tiempo que hemos comenzado a ‘reutilizar’ las obras creadas por terceros» (Ramos, 2008, p. 110).

La Web 2.0 se apoya en grandes bases de datos que almacenan las conversaciones entre usuarios/as; una base de datos a la que pueden acceder para añadir, modificar y/o suprimir información, asociar nuevas informaciones e incluso modificar la apariencia con la que se muestran dichos datos (Gómez, 2010, p. 13). La Web 2.0 viene a integrar ingredientes que ya existían (las redes sociales formadas por familia, amistades, colegas, etc.) y una tecnología que permite albergar conversaciones y otros documentos multimedia. Eso explica, por ejemplo, que cada minuto se suban, en todo el planeta, unas veinte horas de vídeo a YouTube, o que lugares como Flickr alberguen más de cuatro mil millones de fotografías.

Fundación Telefónica
Telefónica

Una red social, según la Universidad de California, se puede denominar como tal cuando permite construir un perfil personal, puede establecer conexiones con otros usuarios y permite consultar quiénes son amigos/as y las amistades de aquellos/as. La primera web que cumplió estos requisitos fue SixDegrees.com, que apareció en 1998. Estuvo en funcionamiento dos años, durante los que atrajo a dos millones de personas usuarias. Tras ella aparecieron muchas redes; algunas de ellas todavía existen, a veces fusionadas con otras, en ocasiones de carácter temático como es el caso de LinkedIn (Gómez, 2010, p. 17). Estas comunidades habrían aparecido en 2005, cuando se creó classmates.com, una red cuyo objetivo era localizar a antiguos/as compañeros/as de estudios. En esa época comenzaron a surgir muchos sitios web para promocionar círculos de amistades *on line*. Serían los antecedentes de las redes más populares de la actualidad, entre ellas MySpace, Tuenti o Facebook (Espinar y González, 2009, p. 90).

Las habilidades más importantes para entender las redes sociales, por consiguiente, no son ni los conocimientos de informática ni la capacitación técnica, sino otras más relacionadas con la memoria o la capacidad de observación. Las redes sociales son herramientas que permiten y facilitan la interacción entre las personas. Y la Web 2.0 apareció, precisamente, para dar respuesta a la necesidad de espacios con mayor participación, comenzando por la posibilidad de dejar opinión en las webs que se visitaban.

Suele aceptarse que la tecnología contribuye a crear formas de participación

Pero este gran potencial de las tecnologías asociadas a Internet es también su debilidad. En general, se acepta que la tecnología por sí misma puede contribuir a crear nuevas formas de participación, especialmente en ámbitos como la política, porque permite la participación directa de la ciudadanía. Como ya se ha expuesto, esto no es así necesariamente; en primer lugar porque requiere determinadas destrezas. Pero también porque, además de ser un espacio menos jerárquico que promueve el diálogo, Internet es susceptible de convertirse en el medio desde el que difundir teorías seudocientíficas, conspirativas o elaboradas desde grupos de presión.

Es decir, no puede entenderse el impacto de las TIC sin tener en cuenta las diversas brechas digitales: diferencias en términos sociales y demográficos, además del propio análisis respecto a la autonomía real de la que disponen las personas usuarias (Albero, 2010, pp. 18-21). Un efecto de este orden de cosas es que las webs de contenidos políticos o ideológicos (ecología, feminismo, participación política, etc.) suelen contar con la colaboración casi exclusiva de personas ya implicadas o interesadas. Es lo que Albero (2010, p. 30) denomina ‘predicar a los conversos’, un estado de la cuestión que pone en entredicho las optimistas lecturas que aseguran la difusión automática, no jerárquica y democrática de contenidos a través de la Red.

El problema es, sin duda, que en Internet se suele buscar la identificación, por lo que es posible perderse otros puntos de vista divergentes y considerar que se ha accedido a verdades absolutas (Iborra, 2009, p. 59). De la misma forma, el paradigma del mundo sin fronteras que es Internet puede convertirse, precisamente, en el espacio más solitario de todos los posibles, una ‘sociedad solitaria’ que, sin embargo, tiene la apariencia de lo

Fundación Telefónica
Telefónica

contrario (Iborra, 2009, p. 135).

La brecha digital genérica

La brecha digital produce, es obvio, exclusión social. De ahí que diferentes perspectivas de orientación feminista consideren que las tecnologías tampoco son neutras. Existen, básicamente, dos posturas. En primer lugar, el pensamiento utópico apoyado en la relación entre mujeres y máquinas, que alude a un 'sujeto nómada' que explora la Red en busca de nuevas comunidades virtuales en las que conquistar nuevas libertades. Y, por otra parte, la opción tecnofeminista, es decir, una solución para eliminar las dificultades de acceso de las mujeres a la gestión de las tecnologías (Núñez, 2008, p. 110).

Sobre estas brechas digitales de las que venimos hablando, es frecuente detenerse en la brecha digital de género. La literatura especializada (tanto la que ha estudiado la Web 1.0 como las obras más recientes que abordan la Web 2.0) demuestra que las chicas jóvenes y las mujeres se sienten menos seguras utilizando Internet. Ellas suelen aducir poca experiencia y alegan que usan las tecnologías de forma menos intensiva que los varones[1]. En términos generales, las mujeres acceden menos a la formación especializada en tecnología y sus objetivos de uso son más pragmáticos.

En España, como en otros países, la brecha digital no depende del acceso sino del uso, los conocimientos y las percepciones: refleja e incluso refuerza las desigualdades culturales y educativas preexistentes (Navarro, 2009, p. 197). El estudio de las diferencias revela que no existe tanto una dificultad de acceso (aunque hay colectivos con especiales dificultades, como las mujeres rurales o las extranjeras) como un uso diferencial, por ejemplo en relación a los juegos, el empleo de herramientas de comunicación, las páginas visitadas o los servicios utilizados. Así lo recogen los últimos trabajos específicos, publicados en abril de 2011: *La inclusión digital de mujeres y hombres en España* y *La brecha digital de género en la juventud española*[2], ambos realizados en el marco del Plan de Acción para la Igualdad entre mujeres y hombres en la Sociedad de la Información 2009-2010. Los resultados principales destacan que, si bien ha disminuido la brecha digital genérica (en torno al 11 por ciento), los varones españoles siguen accediendo a Internet un 9,2 por ciento más que las mujeres. Además, esta desigualdad en España supera en cinco puntos la media de la Unión Europea y presenta una tipología compleja, que puede sintetizarse en la definición de tres tipos de brecha digital genérica.

En la línea de lo expuesto anteriormente, se observan marcadas diferencias entre los usos de unos y otras, lo que los textos denominan como segunda brecha de género y que, en función de la complejidad técnica, aumenta en el caso de las mujeres. Es decir, su acceso se reduce proporcionalmente a la especialización tecnológica. El uso de las mujeres es significativamente reducido en tareas como manejar programas (15,5 por ciento), comprimir ficheros (19 por ciento), conectar o instalar dispositivos (21,1 por ciento) o usar lenguajes de programación (37,3 por ciento). En cuanto a los objetivos de uso, mientras que los varones usan más la Red para el ocio, el consumo y los fines lúdicos, las mujeres optan por usos relacionados con el empleo, la salud o la formación. En estas investigaciones, las mayores

Fundación Telefónica
Telefónica

diferencias se encuentran en la descarga de *software* (39 por ciento), actividades económicas como la venta de bienes y servicios (45 por ciento) o la banca electrónica (19 por ciento).

Una tercera brecha digital de género estaría relacionada con los usos avanzados. Por ejemplo, los móviles con acceso a Internet son usados por las mujeres un 50 por ciento menos, y otras como el uso de radio, televisión y teléfono por Internet, un 25 por ciento menos. Esta variable es de extrema importancia, ya que es clave para incorporarse a los actuales cambios tecnológicos, económicos y sociales.

Por otra parte, la edad es una variable significativa, porque se percibe que a mayor edad, mayor brecha digital. No obstante, y aunque se percibe la diferencia en todas las franjas de edad, las más jóvenes rompen con el estereotipo de tecnofobia femenina/tecnofilia masculina. En el grupo de entre 10 y 15 años, por ejemplo, las chicas realizan un uso más intensivo, aunque esta relación se invierte a partir de los 16 años. Según lo antedicho respecto a la diferencia de usos, las chicas presentan mayor interés por las opciones educativas, mientras que ellos se decantan por el deporte, los juegos y la informática. Además, las jóvenes españolas tienen menos interés por trabajar en empleos relacionados con la tecnología, lo que indica que se reproducen roles de género tradicionales en la socialización.

Las mujeres españolas presentan un menor nivel de e-inclusión

Es decir, las mujeres españolas presentan un menor nivel de *e*-inclusión -o menor grado de incorporación efectiva a las TIC-, ya que las usan en menor porcentaje, con menor intensidad y con menos habilidades. En esta brecha digital inciden condiciones personales (edad, formación, educación, situación laboral) y socioeconómicas o contextuales (tamaño de la unidad familiar, nivel de ingresos) que refuerzan las diferencias, aunque son las condiciones personales las de mayor influencia.

Si bien la formación y educación permiten eliminar o disminuir la primera brecha digital (acceso), no lo consiguen con la segunda y tercera brecha. Además, el estar en desempleo favorece el aumento de la segunda y también el nivel de ingresos está directamente relacionado con el acceso/exclusión a la tecnología en el caso de las mujeres. Así, no solo existen varias brechas digitales, sino que estas se superponen y tienden a consolidarse en el caso de la segunda y tercera.

Con todo, el uso de las redes sociales es mayoritariamente femenino: el segmento que más crece actualmente en Facebook son las mujeres entre 55 y 65 años (Gómez, 2010, p. 19) y en cuanto a la totalidad de las redes a nivel mundial, «el 60 por ciento de los usuarios son mujeres» (Espinar y González, 2009, p. 88).

Solo las redes enfocadas a un uso profesional tienen mayor cantidad de usuarios varones. El último estudio de Pew Internet Institute[3], institución dedicada a explorar la evolución del comportamiento en Norteamérica en relación con Internet, concluye que en la Web 2.0 son

Fundación Telefónica
Telefónica

mayoría las mujeres: el 35 por ciento de las niñas 'bloguean' (los chicos lo hacen en un 20 por ciento) y el 54 por ciento cuelga fotos (frente al 40 por ciento de chicos). Sin embargo, ellos suben más vídeos, probablemente porque el vídeo tiene un componente mayor de exhibición que está más en consonancia con la socialización masculina.

Las redes sociales son, sobre todo para la gente más joven, un lugar de encuentro, de ahí que la mayoría de usuarios/as prefieran tener una gran lista de contactos (aunque luego se comuniquen realmente con unos pocos). En este sentido, parece que no existen grandes diferencias entre hombres y mujeres. Tampoco en los datos que ofrecen en sus perfiles. La mayoría asegura que ofrece datos reales, aunque prefieren que solo estén visibles para las personas que tienen agregadas. Se aprecia, no obstante, cierta cautela en las mujeres a la hora de preservar su intimidad.

En cuanto a los usos, tampoco hay grandes diferencias por sexo. Sí es significativa la divergencia entre grupos de edad. En general, las personas participan en las comunidades virtuales para mantener el contacto con sus amistades y también por dar respuesta a una invitación. Es, por tanto, un espacio de diversión y ocio, un lugar de encuentro en el que muchas veces están porque también están otras personas.

En las encuestas realizadas, todas las personas señalan algunos usos que explican su preferencia por estas tecnologías. Especial interés parece tener la posibilidad de compartir fotografías, además de recuperar el contacto con amistades del pasado y también mantener relaciones con personas que no viven en la misma ciudad. Por sexo, se aprecia que las mujeres tienden a conectarse con más frecuencia y que mantienen actualizados sus perfiles, algo que implica un mínimo de una hora diaria de dedicación (Espinar y González, 2009, pp. 96-102).

La 'cibercultura' o la apropiación genérica del entorno digital

Una mirada no sesgada debe reflexionar sobre la pretendida neutralidad genérica de la llamada revolución científico-tecnológica. Los cambios en ciencia y tecnología no deben separarse de la propia revolución de las mujeres y su movimiento político. En efecto, el siglo XX ha sido el de importantes conquistas femeninas, como el acceso a todos los niveles educativos o la independencia económica, que paralelamente han forzado el cambio de enfoque en las políticas públicas hasta entonces interesadas exclusivamente en los parámetros de la socialización masculina.

Es un hecho que la Red y la tecnología han permitido que los grupos de mujeres y feministas hagan un uso innovador para transformar su entorno. El ámbito científico y técnico ha dejado de ser un espacio exclusivo de lo masculino, al tiempo que las mujeres comienzan a comprender las ventajas que les reporta la utilización de las TIC.

En este nuevo paradigma digital, algunos feminismos se han concentrado en proponer y legitimar políticas de inclusión mediante un nuevo lenguaje que da respuesta a las nuevas demandas tecnoculturales. El ciberfeminismo es un sistema conceptual con tres ramas diferenciadas: el uso de ordenadores e Internet para difundir el discurso feminista; una rama

Fundación Telefónica
Telefónica

de la crítica feminista que descubre los presupuestos patriarcales que existen tras la tecnología, y, por último, el desarrollo de comunidades donde las mujeres pueden encontrarse a sí mismas y construir su identidad más allá de la influencia cultural patriarcal (Larrondo, 2005, p. 383).

Cada vez más mujeres usan el 'ciberespacio' como medio de comunicación

A pesar de que, desde una perspectiva general, Internet sigue ofreciendo una imagen negativa de las mujeres (que propicia una definición de dicho espacio como desconocido y/o incómodo), cada vez más mujeres usan el ciberespacio como un medio de comunicación y como un instrumento del que obtener resultados positivos. Sobre todo, Internet permite el acceso a informaciones de las que de otra forma estarían excluidas (salud, derechos legales y reproductivos, leyes de familia, etc.) y sin limitaciones de horario o lugar de acceso. Además, el ciberfeminismo conlleva la posibilidad de interacción virtual, que hoy en día es un elemento básico de nuestra sociedad. Por otra parte, permite a las mujeres la creación de su propio cuerpo de conocimiento y, finalmente, puede convertirse en un lugar de 'empoderamiento' desde el que pueden hacerse oír[4]. Es decir, un espacio virtual por conquistar, compartir y aprender (Burkle y González, 2006, p. 114).

En los últimos años han proliferado las comunidades ciberfeministas o de mujeres. Se trata de nuevos modelos comunicativos, de carácter grupal, que explotan las potencialidades expresivas de Internet, esto es, la interactividad, hipertextualidad y multimedialidad. Esta forma de interacción permite no solo la propagación de contenidos elaborados desde los intereses feministas o la perspectiva de género, sino también la posibilidad de que las usuarias se conviertan en copartícipes del pensamiento y la acción, al tiempo que se fomentan los espacios de diálogo y cohesión (Larrondo, 2005, p. 386). Este nuevo espacio social permite, además, un activismo más libre, que ofrece posibilidades de intercambio y comunicación más allá de las redes de mujeres. También se difunden espacios de carácter contrainformativo, como las plataformas virtuales de comunicación alternativa *Indymedia*[5], *Les Pénélopes*[6] o, en nuestro país, la agencia de noticias *Amecopress*[7].

El espacio de comunicación feminista es prolijo: *blogs*, agencias de información, medios de comunicación *on line*, etc. Y también lo son las formas comunicativas utilizadas, que componen un discurso multimedia integrado por texto, sonido e imágenes (Larrondo, 2005, p. 388). En este sentido, el ecosistema comunicativo de Internet se ha convertido en una solución de participación que se opone a la persistente invisibilidad de las mujeres, el feminismo y los intereses femeninos en la prensa convencional. La sociedad digital ha favorecido que el pensamiento feminista, alternativo a la corriente principal y excluido del discurso general mediático, elabore sus propios mensajes, rompiendo así la exclusión genérica.

Sin embargo, el mismo feminismo y su apropiación de las TIC, aun cuando ha traído más libertades para las mujeres y una nueva relación entre los sexos, ha puesto en evidencia nuevas contradicciones y también reacciones en su contra (Rubio, 2006, p. 36). Gran parte

Fundación Telefónica
Telefónica

de la literatura científica sobre ciberespacio asume que el cuerpo es 'carne obsoleta', de manera que el soporte corporal deja de tener interés para ser sustituido por el cuerpo-máquina, donde la sexuación o diferencia mujer/hombre ya no es una característica determinante (Rubio, 2006, p. 93).

Internet como plataforma para el desarrollo del pensamiento feminista

Sin embargo, los estudios sobre acceso y uso a la tecnología indican que, en primer lugar, la supuesta neutralidad de ese modelo cibernético desencarnado responde a intereses y deseos de los hombres en mayor medida que a los de las mujeres. Por otro lado, los usos femeninos de la Red proponen que, más allá del adiós al cuerpo de ciertos enfoques, la interacción de las mujeres en Internet se articula, precisamente, en torno a la diferencia biológica y sexual.

Veamos un ejemplo de esta participación diferenciada de las mujeres en las redes sociales, su negación de la neutralidad de la tecnología y su uso principal del cuerpo biológico como protagonista y no como ausencia. En este sentido, Internet se ha convertido en una plataforma desde la que explorar la acción política y el pensamiento feminista. Es en este espacio en el que surgen algunos foros y asociaciones altamente especializados que estimulan la participación femenina como ocurre con las denominadas MSPE (Madres Solteras por Elección), un fenómeno creciente en los medios de comunicación pero sobre todo en la Red. Se trata de un tipo de monoparentalidad por elección, que a menudo (aunque no siempre) utiliza las Técnicas de Reproducción Asistida (TRA) o que también se ejerce mediante la adopción. De hecho, los foros virtuales muchas veces están separados entre maternidad biológica vía TRA y maternidad por adopción.

La función de estos espacios es, precisamente, de tipo informativo: búsqueda de información, comunicación personal, trabajo colaborativo, intercambio de experiencias, medio de expresión, fuente de creatividad, instrumento cognitivo y/o de gestión, medio de aprendizaje e incluso lúdico (Moncó, 2009, p. 127).

Estas fórmulas de participación, no obstante, vuelven a poner de manifiesto las contradicciones que detecta el análisis de género: son usuarias que representan el ideal de mujer posmoderna (alto nivel educativo, autonomía económica y laboral, éxito profesional, etc.), pero que mantienen un rol convencional, pues parece que si no son madres no culminan su proyecto vital particular, quizá incluso ven comprometida su felicidad. Así, todas ellas entienden que sus deseos se verán colmados, aun cuando ello implique una transformación clara, a veces radical y no necesariamente positiva, de su vida personal y sobre todo profesional.

En general, su discurso no es muy emancipador, pues su centralidad en la maternidad las sitúa próximas a planteamientos de los feminismos culturales o de la diferencia, mientras que su elección de la propia maternidad en solitario y muchas veces mediante tecnología demuestra una posición que tampoco encaja en un perfil tradicional (Moncó, 2009, p. 140).

Conclusiones

Fundación Telefónica
Telefónica

La cultura digital es un hecho en la sociedad occidental. Con ella hemos pasado de una sociedad industrial a otra tecnológica y técnica, en la que los conceptos que explican la realidad son nuevos, básicamente por las posibilidades de cambio en aspectos clave como tiempo, espacio o jerarquía. En este nuevo modelo social, es frecuente la adopción de un punto de vista excesivamente optimista sobre el acceso y uso de la población a las TIC, especialmente Internet y sus distintos recursos vía tecnología. Sin embargo, la lectura crítica de la sociedad digital no puede pasar de largo ante la existencia de distintas brechas digitales que ponen en entredicho las afirmaciones más enfáticas sobre inclusión, democracia o distribución de la información.

En este sentido, una de las brechas digitales más persistentes es la de género, especialmente en los países europeos del sur y entre las mujeres de más edad. El análisis del uso y apropiación de las TIC por parte de las mujeres revela que existen diferencias significativas en la calidad y cantidad cuando se compara con los varones. Estas brechas digitales comprometen, como es obvio, el futuro profesional, social e incluso identitario de las mujeres en un mundo definido ahora desde la ciencia y la tecnología.

Está claro que la difusión generalizada de la tecnología y el uso de Internet cambian las formas de hacer negocio y las nuevas oportunidades para grupos de población como las mujeres. En las sociedades occidentales, hoy tenemos igualdad de derechos entre mujeres y hombres e incluso ellas cuentan con más formación que sus compañeros (Castaño, 2003, p. 41). Cada vez es mayor la participación femenina en la economía y la política pero, al mismo tiempo, las mujeres sufren una nueva exención, similar a la que ya se producía en los medios de comunicación convencionales, al ser excluidas mayoritariamente de la producción simbólica.

Con todo, es Internet el espacio en el que algunos grupos de mujeres y diversos feminismos han encontrado un nuevo lugar desde el que definirse como sujetos y desde el que proponer un nuevo orden cultural, social y político. Es, sin embargo, un espacio minoritario, muy alejado de la corriente principal de contenidos, estilos y mensajes de la Red. Entre ellos, destacan participaciones muy contemporáneas desde las que las mujeres exigen información, construyen comunidades de iguales e intercambian conocimiento y experiencias. El problema, sin embargo, es el riesgo de un discurso que se sitúa, una vez más, en los márgenes del hegemónico.

Por otro lado, la existencia cada vez más frecuente de grupos activistas que, en el fondo, legitiman nuevas formas de violencia contra las mujeres (por ejemplo, las páginas pro-anorexia) o modelos conservadores de vivencia (las comunidades de madres) nos invitan a una reflexión cuidadosa de las verdaderas oportunidades de emancipación que proponen la TIC a las mujeres del siglo XXI.

Bibliografía

Albero, M. (2010). *Internet, jóvenes y participación civicopolítica. Límites y oportunidades*. Barcelona: Octaedro.

Fundación Telefónica
Telefónica

Antón, E. et al. (1994). *La presencia de la mujer en la prensa de Valladolid*. Valladolid: Ayuntamiento de Valladolid.

Burkle, M. y González, E. (2006). Redes electrónicas de mujeres: aportaciones al uso democrático de Internet. *Redes.com*, 3, 111-131.

Castaño, C. (2003). *Las mujeres andaluzas y la sociedad de la información*. Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer.

– (2008). Nuevas tecnologías y género. La segunda brecha digital y las mujeres. *Telos*, 75, 24-33.

Castells, M. (2001). *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Areté.

Espinar, E. y González, M. J. (2009). Jóvenes en las redes sociales virtuales. Un análisis exploratorio de las diferencias de género. *Feminismo/s*, 14, 87-106.

Francés, M., Llorca, G. y Mollà, T. (2009). Comunicació 2.0 i gènere. *Feminismo/s*, 14, 107-122.

Gómez, F. (2010). *El pequeño libro de las redes sociales*. Barcelona: Medialive.

Iborra, E. G. (2009). *EnRedadas. Cómo disfrutamos las chicas a través de Internet*. Barcelona: Somoslibros.

Larrondo, A. (2005). La Red al servicio de las mujeres. Aproximación a la relación mujer y medios de comunicación en Internet. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 11, 375-392.

Moncó, B. (2009). La maternidad en la red: el caso de las madres solteras por elección. *Feminismo/s*, 14, 123-142.

Navarro, M. (2009). La brecha digital de género en España: cambios y persistencias. *Feminismo/s*, 14, 183-200.

Núñez, S. (2008). Una exploración de la praxis feminista en España: nuevas tecnologías y nuevos espacios de relación desde el ciberfeminismo. *Feminismo/s*, 11, 109-123.

Pérez, J. M. (2005). El futuro de la sociedad digital y los nuevos valores de la educación en medios. Comunicar. *Revista científica de comunicación y educación*, 25, 247-258.

Ramos, A. (2008). Redes sociales y propiedad intelectual. Dos mundos obligados a entenderse. *Telos*, 76, 110-113.

Fundación Telefónica

Telefónica

Rubio, E. (2006). *El ciberespacio no es la mitad del cielo. Sobre mujeres, ciencia y tecnologías digitales*. Alcalá de Henares: Ayuntamiento de Alcalá de Henares.

VVAA (2011). *La brecha digital de género en la juventud española*. Madrid: Observatorio e-igualdad; Universidad Complutense de Madrid.

VVAA (2011). *La inclusión digital de mujeres y hombres en España*. Madrid: Observatorio e-igualdad; Universidad Complutense de Madrid.

Referencias web

Amecopress: *http://www.amecopress.net*

Civic Web: *http://www.civicweb.eu*

E-igualdad: *http//www.e-igualdad.net*

Indymedia: *http://www.indymedia.org*

Les Pénélopes: *http://www.lespenelopes.org*

Pew Internet Institute: *http://www.pewinternet.org*

Notas

1 Véase: *http://www.civicweb.eu*

2 Véase: *http://www.e-igualdad.net*

3 Véase: *http://www.pewinternet.org*

4 El concepto de empoderamiento se utiliza para hacer referencia a la necesidad de que las personas se fortalezcan en su capacidad de controlar su propia vida. También puede ser interpretado el empoderamiento como un proceso político en el que se garantizan los derechos humanos y la justicia social a un grupo marginado de la sociedad. En el ámbito de los estudios de género, se emplea para definir el poder de las mujeres para ser y hacer por sí mismas.

5 Véase: *http://www.indymedia.org*

6 Véase: *http://www.lespenelopes.org*

7 Véase: *http://www.amecopress.net*

BY NC ND

Fundación Telefónica
Telefónica