

Devolver a las TIC la mitad de la pasión, la femenina

POR ANA MARÍA LLOPIS

El futuro de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) es imprevisible. El desarrollo acelerado de las tecnologías; el *software* que se crea y se propaga a alta velocidad, produciendo cambios constantes, a ritmos vertiginosos a los que nos es difícil adaptarnos y que, como dice el visionario Andreessen(1), ese *software* que se está comiendo al mundo, desestructurando mercados que se creían estables como el de la música, la prensa, la educación, la industria editorial y muchas más; la deslocalización que nos permite la nube; la interconexión de las redes sociales que actúan como una prolongación de nuestro mundo cerebral, social y psicológico; la importancia del móvil inteligente 3G, que nos hace ubicuos y la crisis de los modelos de gestión económica y política, que nos tienen en un estado beta permanente, hacen que en este instante la preparación de las futuras profesiones se encuentre en plena metamorfosis de remodelación total.

Está claro que en este nuevo entorno la mujer jugará cada vez más un papel fundamental en la estructuración de un nuevo modelo. Un universo donde se desdibujan los límites entre el usuario, el innovador y el productor y se desdibujan también las fronteras del campo científico, tecnológico e industrial del siglo XXI. La multidisciplinaridad y multidimensionalidad serán el pan nuestro de cada día. Las diferencias de género no solo se medirán por el tamaño de la brecha de estudios relacionados con dichas carreras científicas y técnicas tradicionales, sino también por su salto a las profesiones activas y productivas de las TIC desde otras disciplinas como la economía, las ciencias sociales, las humanidades, la biología, hacia el mundo de las tecnologías multimedia y el diseño social.

Este fenómeno ya se respalda con datos que lo evidencian: no es indispensable ser ingeniero para dirigir un *start-up* tecnológico y muchas mujeres ya están haciéndolo con éxito.

La brecha digital de género, la escasa representación en ciencia e ingeniería, el menor emprendimiento femenino en las TIC -y específicamente en el desarrollo y la programación computacional- no han mejorado, sino que han empeorado en Europa en los años recientes. A pesar de las campañas masivas y programas específicos en algunos países para intentar explicar con la justicia conceptual de la paridad como un derecho educativo y un deber de las autoridades laborales, empresariales e institucionales, el propósito de acercar más los géneros en este respecto.

La mujer emprendedora

El problema, hoy se reconoce, es mucho más complejo de lo que creíamos; y hay estudios del fenómeno en América, Europa y Asia que dan fe de que, cuando se toman medidas válidas y con compromiso fuerte y se entienden las peculiaridades del curso de la vida de las mujeres, los resultados son espectaculares, como los alcanzados en las Universidades de Carnegie Mellon, Harvey Mudd e Indiana(2). Pero lo cierto es que probablemente el entorno en el que se desarrollaban estas nuevas tecnologías no tenía en cuenta los contextos en los que estaban interesadas o estaba ubicado el lenguaje de las mujeres, que quieren una integración conciliadora y cómplice con el hombre, una integración independiente del género y, en general, con muchos más registros de interés por el ecosistema y la propia educación audiovisual recibida hoy en día. Una revisión bibliográfica reciente sobre esta cuestión se encuentra en el número especial del *International Journal of Gender, Science and Technology*, editado por Cecilia Castaño y Juliet Webstery auspiciado por el Programa Génere i TIC del IN3 de la Universitat Oberta de Catalunya(3).

El futuro de las TIC evoluciona hacia áreas y espacios donde el diseño, la comunicación participativa, la colaboración de las multitudes, se orientan a resolver problemas fundamentales del ecosistema, al avance espectacular del *software* de la salud y la genética personalizada, de la educación personalizada, de las ideas y su democratización, de nuevos modelos abiertos organizativos y de gestión, entornos que defienden los recursos naturales, incluyendo la disminución de las desigualdades alimentarias de la infancia. Las mujeres no dejarán pasar este futuro prometedor, este tren del que quieren formar parte cueste lo que cueste; y lo tienen claro.

Si tomamos las TIC con mayor valor bursátil -en cuanto a *Market Capitalización* se refiere- hoy, tenemos a Apple, Microsoft, IBM, Google, Oracle, Amazon, Cisco, Facebook, eBay, HP, Yahoo, empresas en las que cada vez hay más mujeres escalando posiciones en las posiciones estratégicas y donde en algunos casos hemos tenido y tenemos directivas, como Carly Firoina en HP; Carol Bartz como CEO en Yahoo; Meg Whitman, ex Presidenta de eBay; Melinda Gates dando el giro hacia la responsabilidad social, la salud y la educación; Marisa Mayer en Google; Sheryl Sandeberg, CEO en Facebook y antes en Google; Virginia Rometti, nueva Presidenta en IBM. Las nuevas tecnologías son áreas estratégicas en el siglo XXI y no áreas de soporte; son áreas de poder y no de utilidad y es en este momento cuando se hace necesario que la mujer se incorpore a ellas rápidamente.

Este positivo giro femenino de liderazgo tecnológico y estratégico ocurre ya desde hace más de una década en España, con líderes tecnológicas como Rosa García, hoy dirigiendo Siemens; María Garaña en Microsoft; Amparo Moraldea, ex IBM e Iberdrola Internacional; Mónica Oriol, en Seguriber y Consejera de Indra; Eva Castillo, Consejera de Telefónica; Ana Patricia Botín, defendiendo y apoyando el emprendimiento innovador y Rosalía Portela, CEO de ONO; Marieta del Rivero en Nokia, Elena Pisonero, y Petra Mateo de Hispasat; Patricia Arraque de Women2.0; Marta Esteve, emprendedora de Top Rural, recientemente vendido por una cifra millonaria; Elena Gómez de Pozuelo, una emprendedora en cadena en Internet y María Gómez de Pozuelo y su red colaborativa de mujeres Womenalia; Laura González Molero, en Merck, después de que le compraran la compañía que fundó; María Blasco, dirigiendo el CNIO, uno de

los centros punteros mundiales de investigación contra el cáncer, y Celia Sánchez Ramos investigando en neurociencia; Pilar Jurado, reconocida por su investigación y actuación en música, composición y ópera; Carmen Becerril en Acciona; Marina Spitzka, dirigiendo ING Direct; Dolores Dancausa, dirigiendo Bankinter; María Luisa Tragsa, dirigiendo Tragsa para proyectos agrícolas y medioambientales, con más de 20.000 empleados; María Zapata de Ashoka, promocionando el emprendimiento social y muchas más para las que no tengo espacio pero que están allí luchando con su pasión, porque quieren contribuir en esa mitad de todo que les corresponde.

Consejos con M de mujer

Hace dos años, en un encuentro sobre emprendimiento femenino, proponía seis puntos y consejos con M de Mujer; hoy añadido uno, y son estos los siete revisados.

– Mujeres. Serán clave en el siglo XXI y como primera tarea tenemos que reconocer el rol que jugara el género femenino en la economía de este siglo. No podemos perder la pasión femenina necesaria en este siglo.

– Metamorfosis. Nos tenemos que reinventar y transformar junto con los hombres. Para ello, el papel de la educación se convierte en fundamental, eliminando mitos sobre sectores donde la mujer no ha estado históricamente presente, como la ciencia y la tecnología. Se les debe ayudar a superar ese mito en el bachillerato. Parafraseando a Bachellet, cuando una mujer entra en el ‘universo TIC’ cambia la mujer; cuando entran muchas mujeres en el ‘universo TIC’, cambia el ‘universo TIC’, así es que ya sabemos lo que tenemos que hacer para cambiarlo: entrar en él con pasión.

– Malabaristas por excelencia, para llegar a todos los rincones de la vida cotidiana. Las mujeres tenemos que integrar a los hombres en este deambular malabarista que nos ocupa, enseñándoles a ser cómplices en la conciliación familiar, de la vida personal y laboral, considerando y respetando los ciclos de vida y laborales discontinuos femeninos.

– MBA y movilidad: las futuras empresarias tienen que formarse y estudiar posgrados de administración de empresas para crear sus propias compañías dentro y fuera del país. La movilidad es necesaria en el mundo global y ‘glocal’. Los MBA o el equivalente de las pasantías en empresas *start-ups* internacionales son espacios hoy en día donde aprender con métodos de pedagogías inclusivas y de forma acelerada en este ámbito. Aunque estoy segura de que pronto estos entornos, especialmente los MBA, también serán más abiertos y cambiarán para mejor.

El emprendimiento ya se está enseñando en algunas escuelas primarias, como el proyecto Pericles entre otros, independientemente del género.

– Monetizar y estar pendiente de la caja. Las mujeres tienen que saber manejar las finanzas de las empresas que crean con pasión, porque de lo contrario el riesgo de perderlas es alto. Cuidar el flujo de caja es clave. Solemos pedir menos dinero a inversores y créditos al banco, pero tenemos que aprender a pedir más y convertir así las ideas en recursos con los que

invertir. Asumimos menos riesgos, por eso nos cuesta más encontrar recursos; y tenemos plantillas menores, con lo cual no damos abasto con las responsabilidades de los proyectos. Apoyémonos desde el comienzo.

– Multitudes, contar con las masas. El *crowd-sourcing*, el *crowd-funding*, el *crowd-ideating*. Las redes sociales pueden ayudar a saber si nuestro proyecto es bueno o es malo. Hay que estar en beta permanente, pidiendo opinión a los usuarios. Gracias a ello se consiguen cosas increíbles, hasta un posible ángel que invierta en tu proyecto, como nos ocurrió a mí y a mi equipo con ideas4all a través de Twitter.

– La mitad de todo con pasión. Las mujeres -como decía Clara Campoamor y recordaba recientemente Pepa Bueno en una conferencia de la UE en Madrid sobre la igualdad de trabajo y la igualdad de salario el Día Internacional de la Mujer- no quieren más que los hombres, quieren lo mismo: 'la mitad de todo'. La mujer está preparada para exigir y dar la mitad de todo con pasión en las TIC, así como en todos los campos. Las mujeres que lo experimentan opinan que su universo es creativo, estimulante, fascinante y una fuente de satisfacción. Es muy importante considerar los distintos momentos del ciclo de vida para explicar por qué han fracasado los programas de inclusión. Hay que darles un nuevo enfoque en el ingreso universitario(4), el *mentoring*, para ponerlas al día en el momento de entrar, en que haya un verdadero compromiso en la reorientación de las TIC al mundo femenino.

Por todo ello tenemos que devolver la mitad de la pasión, la femenina, a las TIC. Esa que le corresponde y que impulsará su mejor y rápido desarrollo y emprendimiento.

Notas

(1) Andreessen, M. (2011, 20 de agosto). Why software is eating the world. *The Wall Street Journal* [en línea]. Disponible en:
<http://online.wsj.com/article/SB10001424053111903480904576512250915629460.html>

(2) *Perspectives on Improving the Gender Comparison*. J McGrath University of Virginia.

(3) Castaño, C. y Webster, J. (2011). Understanding Women's Presence in ICT: the Life Course Perspective. *International Journal of Gender, Science and Technology*, 3(2).

(4) Valenduc, G. (2011). ITCs Not a job for life. *International Journal of Gender, Science and Technology*, 3(2).