

Género eEspaña 09

Capítulo del Informe España_09 de la Fundación Orange, referente a la presencia y usos de las mujeres en la Sociedad de la Información. El estudio que muestra este capítulo ha sido elaborado por el Centro E-Igualdad¹ para el informe del 2009.

Capítulo: Las brechas digitales de género

El uso de los ordenadores e Internet por parte de la población, constituye uno de los rasgos indispensables para la adecuación del capital humano a los requerimientos de la economía del conocimiento. No obstante, las oportunidades que ofrece la incorporación a las TIC se ven obstaculizadas por factores que retrasan la adopción de estas innovaciones por parte de la ciudadanía y las empresas. En consecuencia, la eficiencia económica, el empleo, el bienestar social e individual, se ven afectados por esta falta de adecuación del capital humano.

En ese contexto, el género, junto a otras características individuales como la edad, el nivel de estudios o la situación laboral, puede convertirse en un factor más de inclusión -o exclusión- social. Analizar la situación de la incorporación a las TIC desde una perspectiva de género conlleva la necesidad de diferenciar la existencia de varias brechas digitales, de carácter y alcance diferente. La primera brecha digital de género aparece en el acceso a la tecnología (carácter cuantitativo). La segunda en la utilización que se hace de ella y marca el grado de incorporación efectiva a la misma (de mayor alcance y de carácter cualitativo). Finalmente, todo indica que existiría una tercera brecha digital de género, circunscrita al uso de los servicios TIC más avanzados (también de carácter cualitativo y de gran importancia para la evolución de las dos anteriores).

1. Perspectiva europea

En consonancia con los países de nuestro entorno geográfico y socioeconómico, el volumen de población usuaria de Internet ha aumentado de forma considerable en España en los últimos años. El porcentaje de mujeres internautas está todavía, sin embargo, por detrás del de los hombres. A nivel europeo (Tabla 1), se mantienen las diferencias entre el patrón de los países del norte de Europa (en los que la proporción de personas usuarias de Internet es netamente superior a las medias europeas y la brecha digital de género es más reducida) y el característico de los más meridionales (con tasas de uso por debajo de dichas medias y mayores niveles de desigualdad).

¹ Proyecto E-Igualdad. Desarrollado por Ángeles Sallé, Angustias Bertomeu, Cecilia Castaño.
www.e-igualdad.net

Tabla 1. Personas que usan *de forma regular* Internet por países, periodo y sexo, en % (*).

	2004		2008		Brecha Digital de Género	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	2004	2008
Noruega	62,6	73,1	83,4	88,1	-14,3	-5,3
Suecia	72,9	77,6	81,3	85,6	-6,1	-5,0
Dinamarca	65,7	73,4	78,2	82,7	-10,5	-5,4
Finlandia	63,1	63,3	76,7	80,2	-0,4	-4,3
Reino Unido	42,5	54,9	65,6	74,2	-22,4	-11,6
Alemania	44,0	55,3	62,4	73,2	-20,4	-14,8
UE 15 (15 países)	35,7	46,0	55,9	63,5	-22,4	-11,9
UE 27 (27 países)	31,3	39,9	52,8	59,5	-21,6	-11,3
España	26,7	36,2	44,7	53,6	-26,4	-16,7
Portugal	23,2	27,1	33,7	42,8	-14,3	-21,3
Italia	20,4	31,1	31,7	42,8	-34,5	-25,9

Fuente: Observatorio e-igualdad (UCM), a partir de EUROSTAT.

(*) % de individuos de 16 a 74 años que acceden a Internet *al menos una vez a la semana* (últimos tres meses). La Brecha Digital de Género se ha calculado como el cociente entre el valor correspondiente a las mujeres y el valor correspondiente a los hombres, menos uno. En rojo los casos en que la brecha digital de género ha aumentado.

La tendencia general en Europa (UE 15, UE 27) indica el progresivo incremento de la proporción de personas usuarias de Internet, así como el mantenimiento de una situación de desigualdad de género. No obstante, hemos de reseñar que la brecha digital de género se ha reducido entre 2004 y 2008, desde el entorno del 22% de aquel año, hasta los once o doce puntos en 2008. Dentro de esa tendencia europea, como es conocido, son los países escandinavos los que presentan mayores tasas de uso de Internet, así como menores niveles de desigualdad de género. En la vertiente contraria, países como España, Italia y Portugal, presentan tasas de acceso a la Red sensiblemente más reducidas y mayores brechas digitales de género. En el caso concreto de nuestro país, en 2008 el 54% de los hombres de entre 16 y 74 años accedieron a Internet al menos una vez por semana, frente al 45% de las mujeres, lo que arroja una brecha digital de género de casi el 17% (26% en 2004).

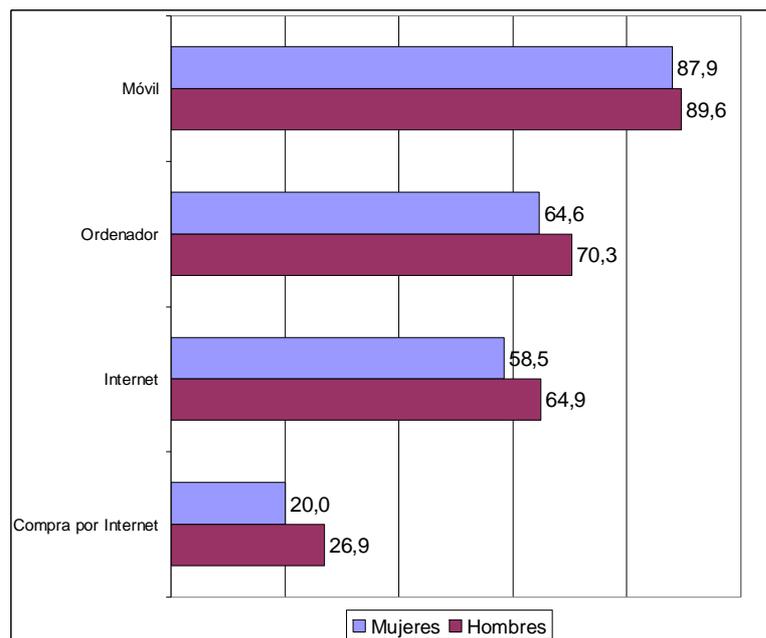
2. La primera brecha digital de género

Desde el *Observatorio e-igualdad* (www.e-igualdad.net) se abordan las características y la dimensión de la brecha digital de género en España a partir de la encuesta TIC-Hogares del INE, combinando la desagregación por sexo de los datos con el análisis de las diferencias de género en relación con variables sociodemográficas como la edad, el nivel de estudios, la situación laboral, etc.

Si entendemos por primera brecha digital la que se produce en el momento del acceso a las TIC, y marca la diferencia entre quienes las han utilizado en alguna ocasión y quienes nunca lo han hecho, la situación en España desde una perspectiva de género muestra importantes

diferencias no sólo en cuanto al uso de Internet, sino también en el caso de otras tecnologías y aplicaciones como el ordenador o el comercio electrónico. Esas diferencias son mínimas en el caso de la tecnología de mayor difusión (el teléfono móvil) mientras que la brecha se va haciendo más significativa a favor de los hombres conforme incluimos la utilización de otras como el mencionado ordenador, Internet o el comercio electrónico (Gráfico 1).

Gráfico 1. Personas que han utilizado *alguna vez* teléfono móvil, ordenador, Internet y comercio electrónico (2008), en %.



Fuente: Observatorio e-igualdad (UCM) a partir de INE

Si atendemos a las características de la población que ha accedido a Internet alguna vez, se observa que la edad, el nivel formativo y la situación laboral son variables clave. La edad presenta una relación inversamente proporcional respecto al porcentaje de personas usuarias y directamente proporcional respecto del tamaño de la brecha digital de género. Mientras que las internautas jóvenes (entre 16 y 34 años, segmento poblacional que más accede a la Red) aventajan ligeramente a sus coetáneos varones (2,4%), la desventaja femenina se manifiesta de manera evidente y creciente en las restantes franjas de edad (Tabla 3).

Tabla 3. Población que ha utilizado internet alguna vez, por edad, nivel de estudios y situación laboral, en %.

	Mujeres	Hombres	Brecha Digital de Género (*)
TRAMOS DE EDAD			
16 a 34	89,3	87,2	2,4
35 a 44	68,1	72,2	-5,7
45 a 54	50,9	61,3	-16,9
55 a 64	22,2	34,4	-35,5
65 a 74	6,8	15,1	-54,8
NIVEL DE ESTUDIOS TERMINADOS			
Edu. Primaria	13,3	20,6	-35,6
1ª etapa E. Secundaria	53,7	63,4	-15,3
2ª etapa E. Secundaria	78,9	85,6	-7,9
FP Grado Superior	87,8	86,2	1,8
Ed. Universitaria	93,8	95,0	-1,3
SITUACIÓN LABORAL			
Con empleo	76,1	72,5	4,9
Sin empleo	40,5	48,1	-15,8
Diferencia con-sin empleo	35,6	24,5	45,6

(*) La Brecha Digital de Género se ha calculado como el cociente entre el valor correspondiente a las mujeres entre el valor correspondiente a los hombres, menos uno.

Fuente: Observatorio e-igualdad (UCM) a partir de INE

Por otra parte, la tendencia general es que, a mayor nivel de estudios, mayor es el volumen de uso de Internet y menor es la diferencia entre hombres y mujeres, aunque esta última tendencia se rompe en los estudios universitarios, donde vuelve a constatarse un repunte de la desigualdad. Como hemos apuntado en otras ocasiones, esta circunstancia está relacionada con la masculinización y feminización relativa de determinadas disciplinas académicas y las diferencias en contenidos e intensidades tecnológicas que presentan. Así, esta problemática se relacionaría con otros hechos como el estancamiento, incluso la reducción, del porcentaje de mujeres que estudian carreras tecnológicas (informática e ingenierías) o con la escasa proporción de mujeres que trabajan como profesionales de la informática.

En cuanto a la situación laboral, la ocupación parece multiplicar las posibilidades de conexión y afecta en mayor medida a las mujeres. El hecho de estar empleada ejerce una influencia determinante con respecto a la utilización de Internet por parte de las mujeres (casi 36 puntos de diferencia con las no ocupadas), muy superior al caso de los hombres (24,5 puntos de diferencia entre ocupados y no ocupados). Estos datos confirman la importancia del puesto de trabajo para el acceso a Internet, particularmente para las mujeres.

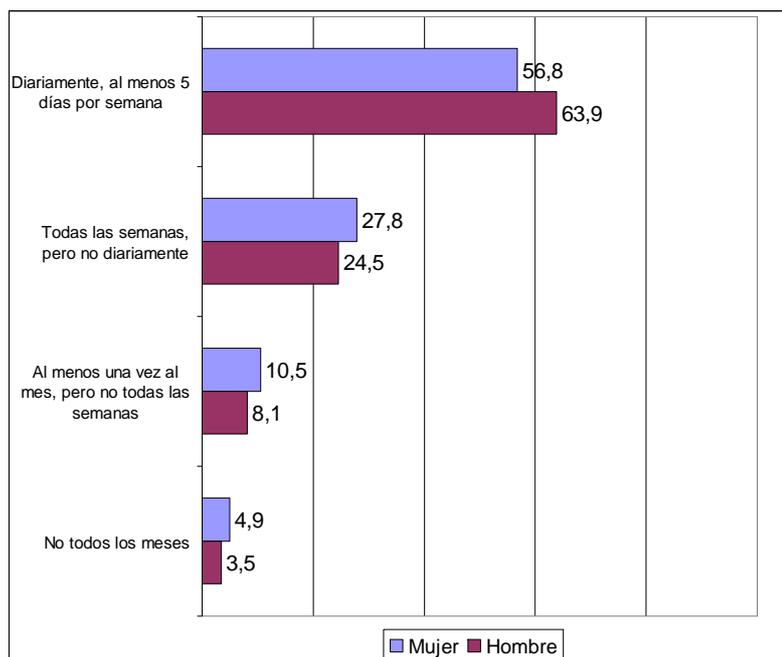
3. La segunda brecha digital de género

Más allá de la desventaja femenina en el acceso a las TIC en general y a Internet en particular, que dibuja una primera brecha digital de género, se confirma la presencia de una segunda brecha digital, de alcance muy superior. Segunda brecha digital de género que no sólo es cuantitativa —determinada por la proporción de personas que acceden a las TIC— sino, también y sobre todo cualitativa, pues viene marcada por las diferencias en habilidades tecnológicas (*qué se sabe hacer*), en la intensidad (*cuánto se hace*) y el tipo de uso (*qué se hace*). Esta situación afecta de manera decisiva a quienes ya están incorporados a estas tecnologías y marca una situación de desigualdad de género de segundo nivel. Supone, en definitiva, la barrera más importante de cara a la incorporación efectiva (o e-inclusión) de más

mujeres a Internet y, por tanto, del aprovechamiento de su potencial en términos de capital humano y social.

Con respecto a la frecuencia de uso, se observa que, en líneas generales, la mayoría de quienes acceden a Internet son usuarios frecuentes (hacen un uso diario o, de al menos, 5 días por semana), aunque con ventaja de los hombres sobre las mujeres: ese es el caso del 64% de ellos, frente al 57% de ellas. Por el contrario, las mujeres usuarias predominan (aunque por márgenes escasos) entre quienes hacen un uso menos frecuente de Internet (Gráfico 2).

Gráfico 2. Frecuencia de uso de internet (último trimestre)



Fuente: Observatorio e-igualdad (UCM) a partir de INE

Esas tendencias generales en cuanto a la frecuencia de uso de Internet se matizan al considerar los perfiles personales de usuarias y usuarios (Tabla 4). También en este caso la edad y el nivel de estudios resultan determinantes y tienden a correlacionarse en sentido opuesto con la intensidad de uso (e-intensidad). Como cabría esperar, el tiempo de uso de Internet es mayor entre la población más joven, si bien la brecha de género (aunque inferior que en algunos otros estratos de edad) continúa presente con nueve puntos de desventaja femenina entre quienes hacen un uso más intensivo (diario o de más de cinco días por semana).

Por el contrario, la influencia del nivel educativo es clara sobre la intensidad de conexión, que tiende a incrementarse conforme aumenta la formación de las personas. Los porcentajes más elevados de quienes usan Internet diariamente se encuentran entre la población con estudios universitarios, si bien las mujeres se sitúan un 16% por detrás con respecto a sus homólogos varones (81% de los hombres y 68% de las mujeres). Resulta preocupante que, una vez más, sea precisamente en ese colectivo de nivel formativo más alto y mayor intensidad de uso de Internet donde la correlación entre mayor formación y mayor e-intensidad se trunca, ante la ampliación de la brecha digital de género hasta niveles sólo inferiores a los de la población usuaria con educación primaria y mucho menor e-intensidad. Las razones que explicarían esta circunstancia ya han sido expuestas con anterioridad.

Tabla 4. Tiempo de uso de Internet (en la última semana), por edad, nivel de estudios y situación laboral, en %.

		Diariamente, al menos 5 días a la semana	Todas las semanas, pero no diariamente	Al menos una al mes, no todas las semanas	No todos los meses	Brecha Digital de Género (*)
TRAMOS DE EDAD						
16-34	Hombres	67,5	21,9	7,8	2,8	-9,3
	Mujeres	61,2	25,6	9,6	3,6	
35-44	Hombres	62,2	24,0	9,2	4,5	-18,1
	Mujeres	51,0	32,1	11,3	5,6	
45-54	Hombres	58,8	29,5	7,9	3,8	-10,2
	Mujeres	52,7	27,5	12,6	7,2	
55-64	Hombres	62,2	27,5	6,5	3,8	-14,4
	Mujeres	53,3	30,5	11,2	5,0	
65-74	Hombres	50,1	37,3	8,2	4,4	-16,6
	Mujeres	41,8	32,0	12,9	13,3	
NIVEL DE ESTUDIOS TERMINADOS						
Primaria	Hombres	44,2	36,7	12,6	6,5	-25,3
	Mujeres	33,0	42,3	15,3	9,4	
1ª Etapa Primaria	Hombres	49,9	31,8	12,6	5,8	-14,9
	Mujeres	42,4	32,5	17,4	7,6	
1ª Etapa Secundaria	Hombres	64,9	22,6	9,0	3,5	-12,0
	Mujeres	57,1	28,1	10,3	4,5	
FP Superior	Hombres	62,9	26,0	7,8	3,2	-6,4
	Mujeres	58,9	25,5	9,2	6,4	
Universidad	Hombres	81,4	15,9	1,9	0,8	-15,9
	Mujeres	68,5	23,2	6,3	2,0	
SITUACIÓN LABORAL						
Con empleo	Hombres	64,2	24,0	7,9	3,8	-7,2
	Mujeres	59,6	26,9	9,2	4,3	
Sin empleo	Hombres	63,3	25,7	8,5	2,5	-19,0
	Mujeres	51,3	29,4	13,4	6,0	

(*) La Brecha Digital de Género se ha calculado para la categoría "Diariamente, al menos 5 días a la semana", como el cociente entre el valor correspondiente a las mujeres entre el valor correspondiente a los hombres, menos uno.

Fuente: Observatorio e-igualdad (UCM) a partir de INE

La situación laboral tiene un efecto considerablemente desigual sobre la frecuencia de uso de uno y otro sexo. Apenas se registran diferencias entre la proporción de hombres usuarios frecuentes (que se conectan cinco o más días por semana) en función de si se encuentran empleados o no (menos de un punto porcentual de diferencia). Por el contrario, para esa misma categoría de uso, la incidencia de la ocupación sobre las mujeres es muy superior (más de ocho puntos). Ello queda sintetizado en el alcance de la brecha digital de género en e-intensidad según situación laboral, que es del 7% entre la población ocupada y del 19% entre la no ocupada. Y a la vez es expresión de la importancia del empleo en la segunda brecha digital de género, debido a su incidencia sobre la e-intensidad femenina.

Pasando a considerar *qué se hace* cuando nos conectamos a Internet, podemos atender a tres áreas temáticas de usos básicos: la comunicación y búsqueda de información; la banca y venta electrónicas; y la formación online. Estos usos son los más extendidos entre la población, si bien predominan los de la primera categoría (comunicación e información), claramente por encima de la formación y las transacciones económicas. De hecho, las dos actividades más frecuentes en la Red (con porcentajes de uso de más del 80% entre las y los internautas) se

encuadran en ella: la mensajería electrónica y la búsqueda de información sobre bienes y servicios (noción genérica asimilable al término “navegar”), siendo además escasas diferencias entre mujeres y hombres en ambos casos. Parecida situación se da respecto al tercer uso más habitual (porcentajes de uso en torno al 60%): servicios de viajes y alojamiento (Tabla 5).

Tabla 5. Usos básicos de Internet, en %.

	Hombres	Mujeres	Brecha Digital de Género (*)
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN, BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN Y SERVICIOS ON-LINE			
Recibir o enviar correo electrónico	82,0	81,7	-0,4
Búsqueda de información sobre bienes y servicios	82,0	81,4	-0,7
Utilizar servicios relacionados con viajes y alojamiento	60,9	62,9	3,3
Descargar software (excluido el de juegos)	42,6	27,9	-34,5
Leer o descargar periódicos o revistas de actualidad on-line	53,3	40,7	-23,6
Buscar empleo o enviar una solicitud a un puesto de trabajo	18,3	25,3	38,3
Buscar información sobre temas de salud	39,2	49,0	25,0
BANCA Y VENTA (**)			
Banca electrónica y actividades financieras	37,9	31,2	-17,7
Ventas de bienes y servicios	8,9	4,4	-50,6
EDUCACIÓN Y FORMACIÓN			
Buscar información sobre educación, formación u otro tipo de cursos	43,3	53,2	22,9
Realizar algún curso vía Internet de cualquier materia	9,4	11,5	22,3
Consultar Internet para algún tipo de aprendizaje	43,9	44,7	1,8

(*) La Brecha Digital de Género se ha calculado como el cociente entre el valor correspondiente a las mujeres entre el valor correspondiente a los hombres, menos uno.

(**) El INE sólo incluye entre los servicios básicos la banca y la venta electrónicas. El comercio electrónico (compra y venta) es analizado en otro apartado de la Encuesta TIC-H de manera específica.

Fuente: Observatorio e-igualdad (UCM) a partir de INE

Más allá de esas tendencias generales de la población internauta en España, observamos interesantes diferencias en los usos concretos de mujeres y hombres. Los datos demuestran que los hombres usuarios tienden a hacer un uso de la Red más relacionado con el ocio, el consumo y fines lúdicos, mientras que las mujeres internautas optan en mayor medida que ellos por usos de naturaleza más funcional, como los relacionados con el empleo, la salud o la formación. La mayor brecha digital de género se produce en la descarga de software, la lectura y descarga de periódicos y revistas, y en actividades de carácter económico (cuyo volumen de uso es en todo caso mucho más reducido) como la venta de bienes y servicios, la banca electrónica o las actividades financieras. Por su parte, las usuarias aventajan con claridad a los usuarios en la búsqueda de trabajo (38%), los servicios educativos y formativos (22%) y la consulta de cuestiones de salud (25%).

4. ¿Tercera brecha?

Si el análisis de los usos básicos ya indica la existencia de una segmentación de género en la utilización de la Red, la consideración de los usos avanzados, esto es, las aplicaciones de Internet más innovadoras en el terreno de la comunicación y el ocio, corrobora esa apreciación, al tiempo que plantea la decisiva cuestión de la presencia de otra línea de fractura: la tercera brecha digital de género.

Aunque relativamente menos populares, los servicios TIC avanzados de comunicación y ocio (Tabla 6) tienden a ser menos utilizados por las mujeres. Las diferencias, esto es, la brecha de género, en los usos avanzados de comunicación es especialmente acusada en el caso del envío de mensajes a chats, grupos de noticias o foros de discusión (31%), telefonar a través de Internet (28%), la lectura de blogs (21%) o las videollamadas (14%). La brecha es mucho más acusada en los servicios avanzados de ocio: hay una fuerte desventaja femenina en todos los casos, con una media de diferencia del entorno del 30%. Especialmente aguda es la brecha en lo tocante a los juegos, tanto a su uso en red (58%) como a las descargas (42%).

Tabla 6. Usos avanzados de Internet, en %.

	Hombres	Mujeres	Brecha Digital de Género (*)
USOS AVANZADOS DE COMUNICACIÓN			
Telefonar a través de Internet	10,8	7,8	-27,8
Videollamadas (a través de webcam) por Internet	19,7	16,9	-14,2
Envío de mensajes a chats, grupos de noticias o foros de discusión on-line	29,9	20,7	-30,8
Uso de mensajería instantánea (p.ej. Messenger)	53,2	54,4	2,3
Lectura de blogs	34,4	27,1	-21,2
Creación o mantenimiento del propio blog	9,1	9,7	6,6
Otras actividades de comunicación	9,0	7,1	-21,1
USOS AVANZADOS DE OCIO			
Escuchar radios emitidas por Internet y/o ver TV emitida por Internet	46,3	35,0	-24,4
Descargar y/o escuchar música (en sitios distintos a radios emitidas por Internet)	55,5	48,8	-12,1
Descargar y/o ver películas, cortos ó ficheros de videos (en sitios distintos a TVs emitidas por Internet)	46,2	36,4	-21,2
Uso de aplicaciones para compartir ficheros peer-to-peer (p.ej. eMule)	38,5	29,6	-23,1
Uso de servicios de podcast para recibir automáticamente ficheros de audio o vídeo	10,3	6,7	-35,0
Descargar juegos de ordenador o videojuegos (incluidas actualizaciones)	16,3	9,5	-41,7
Jugar en red con otros	16,4	6,9	-57,9
Colgar contenidos propios (texto, fotos, música, ...) en una web para ser compartidos	15,7	12,9	-17,8
Usar un buscador basado en noticias actualizadas (p.ej. RSS) para leer nuevos contenidos en páginas web	22,8	15,9	-30,3
Otros servicios audiovisuales	7,2	5,1	-29,2

(*) La Brecha Digital de Género se ha calculado como el cociente entre el valor correspondiente a las mujeres entre el valor correspondiente a los hombres, menos uno.

Fuente: Observatorio e-igualdad (UCM) a partir de INE

Esto confirma lo ya apuntado en el sentido de que los hombres tienden a hacer un mayor uso de la Red con fines de consumo y lúdicos, en los que, además, la presencia de productos tecnológicos es también más acusada. A diferencia de las mujeres que presentan una tendencia más acusada a optar por servicios con un mayor contenido práctico y social.

5. Las políticas públicas frente a las brechas digitales de género

La identificación expuesta de las diversas brechas de género sobre el acceso y uso de las TIC aún están lejos de ser reconocidas por la mayor parte de las estrategias y planes públicos en este ámbito. Con carácter general puede afirmarse que las políticas se encuentran en la fase de incidencia y superación de la brecha de acceso, no habiendo incurrido en la existencia de las otras brechas adicionales.

A nivel comunitario los debates y propuestas en los que se realiza mención y análisis expresos de género han continuado enmarcadas en el capítulo de **e-Inclusión** de la **Iniciativa e-Europe i2010**. Desde la **Conferencia Ministerial de Riga**, celebrada en 2006 -donde se estableció entre otros objetivos la reducción a la mitad de la distancia entre la población usuaria media de Internet y las mujeres- se ha llevado a cabo un seguimiento de los logros alcanzados.

El documento “*Measuring progress in e-Inclusion, Riga Dashboard 2007*” sitúa a las mujeres como uno de los grupos en riesgo de exclusión digital, junto a otros como son la población de mayor edad, la “inactiva”, la de bajo nivel educativo o la residente en zonas rurales. Para el conjunto de estos grupos el objetivo 2010 marcado en la Declaración de Riga acerca de la reducción de la brechas de acceso se predice difícilmente alcanzable. No obstante, se señala que la brecha de género es la que presenta unos niveles inferiores respecto a otros grupos, habiendo evolucionado positivamente desde al año 2005, por lo que no ubica a las mujeres entre los grupos prioritarios de intervención. Asimismo, el documento recoge una aproximación a cuál será el comportamiento de la brecha de género en los próximos años, calculándose que el nivel de acceso a Internet entre mujeres y hombres se igualará a partir del año 2020.

Basándose en este informe, la Comunicación de la Comisión “*Preparar el futuro digital de Europa- Revisión intermedia de la iniciativa i2010*” vuelve a insistir en que el promedio de uso de Internet por parte de las mujeres, de las personas de zonas de rurales y de las de mediana edad se acerca a la media de la UE, habiendo disminuido la relativamente pequeña diferencia desde 2005, mientras que las personas mayores o las “inactivas” evolucionan a un ritmo mucho más lento.

La Comunicación define, como uno de los objetivos prioritarios, la “*necesidad de elaborar un programa político a largo plazo para los usuarios en el entorno digital*”. Las acciones vinculadas a él se centran en temas como la mejora de la accesibilidad, la revisión de las políticas de alfabetización digital, el establecimiento de un marco regulador de los derechos de los usuarios y de los consumidores de Internet o el aumento de la seguridad y confianza en el uso de las TIC. Se trata de acciones, por tanto, muy generalistas, que no entran a realizar un tratamiento concreto para cada uno de los grupos en riesgo de exclusión digital y donde los puntos de partida diferenciales de mujeres y hombres no se consideran.

En España, por su parte, el plan rector de las políticas de impulso de la Sociedad de la Información, el **Plan Avanza**, ha iniciado ya en 2009 su segunda fase con la puesta en marcha del Plan Avanza 2.

Recordar que, desde su inicio, el Plan Avanza se ha convertido en un hito en materia de igualdad de género y SI, al tratarse del primero que reconoce la necesidad de incorporar el principio de igualdad en las estrategias públicas de SI.

En el periodo 2006-2008 el Plan Avanza, mediante las convocatorias anuales de ayudas y los diversos convenios firmados con las Comunidades Autónomas, ha promovido actuaciones encaminadas a “*garantizar la igualdad de oportunidades en la SI*” y “*utilizar las TIC como herramienta para fomentar la igualdad*”. Dichas actuaciones se han traducido en estudios y análisis sobre la brecha digital de género, celebración de congresos y seminarios sobre esta temática, incorporación de TIC entre las asociaciones de mujeres, apoyo y servicios para redes de mujeres emprendedoras, empresarias y directivas; incorporación de las mujeres rurales a la SI; iniciativas en el ámbito de la violencia de género, etc.

En términos financieros, en el **periodo 2006-2008** el Plan Avanza ha permitido la movilización de 26,6 millones de euros para la inclusión de las mujeres en la SI. En concreto, con las CC.AA. se han firmado convenios de colaboración para la puesta en marcha de 20 actuaciones con un presupuesto de 4,7 millones de euros, mientras que las entidades sin ánimo de lucro se han beneficiado de diversas convocatorias de ayuda ejecutando un total de 75 proyectos con un presupuesto de 21,9 millones de euros.

Más allá de la línea específica de género, el resto de áreas de intervención del Plan Avanza han ido incorporando paulatinamente el principio de igualdad de género en forma de criterio de valoración para la selección de los proyectos. El “*Plan integrado de ayudas del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio para el año 2008*”, en su artículo 3, prevé la integración progresiva de este principio en cumplimiento de lo establecido en la Ley para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, incluyendo como criterio de valoración la integración de medidas específicas que fomenten la igualdad.

Recientemente, como se ha señalado, acaba de iniciar su andadura el nuevo **Plan Avanza 2**, que se desarrollará en el horizonte de 2012. En la convocatoria anual de **ayudas 2009** vuelve a incluirse una línea específica de igualdad de género dentro del Subprograma “Avanza Ciudadanía Digital” reservando un presupuesto para la ejecución de proyectos en esta área de 10 millones de euros. En materia de igualdad de género se definen como actuaciones prioritarias las siguientes:

- Estudios con indicadores, evaluación de políticas públicas y análisis de buenas prácticas en el uso de las TIC como herramienta para la igualdad de género.
- Experiencias piloto dirigidas a promover la incorporación inicial, el uso habitual, el autoempleo, el teletrabajo o el espíritu empresarial de las mujeres.
- Experiencias piloto en el uso y difusión de videojuegos que fomenten la igualdad de género y que no caigan en estereotipos de violencia, dominación y sumisión.
- Experiencias demostradoras de actuaciones de acompañamiento y entrenamiento, basadas en las TIC, dirigidas a la capacitación de las mujeres para la gestión telemática y segura de su vida cotidiana y profesional.
- Creación, mejora e impulso de redes digitales con servicios específicos para las mujeres.

El Plan Avanza 2, en este sentido, se espera de continuidad a la trayectoria seguida en materia de género con su plan predecesor, articulando medios, medidas y recursos con los que mantener las actuaciones de carácter específico y la transversalidad de la igualdad en el conjunto del Plan.

Sinérgicamente, desde las políticas de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres se continúan generando mecanismos encaminados a generar una SI más inclusiva desde el punto de vista del género.

De manera complementaria al Artículo 28 de la **Ley Orgánica para la igualdad efectiva de mujeres y hombres** -dedicado íntegramente a la SI, al que se hizo alusión en el anterior informe e-España- destaca el **Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades (2008 – 2011)**.

El Plan alberga 12 Ejes de Actuación, uno de los cuales aborda la **innovación científica y tecnológica** (el Eje 5) y se materializa en los siguientes cinco objetivos estratégicos:

- *Objetivo 1:* Incorporar la transversalidad de género en las políticas desarrolladas en el ámbito de la innovación tecnológica y la SI.
- *Objetivo 2:* Ampliar el conocimiento, actualmente disponible, sobre la participación femenina en los entornos de la ciencia y la tecnología, así como acerca de la brecha digital de género, a fin de alimentar estrategias innovadoras para alcanzar la igualdad también en estos ámbitos.
- *Objetivo 3:* Asumir, por parte de las Administraciones Públicas, el liderazgo para incorporar a las mujeres como protagonistas, con acciones que faciliten su participación en los ámbitos tecnológicos, la adquisición de las capacidades necesarias (fluidez tecnológica) y la inclusión de grupos vulnerables.
- *Objetivo 4:* Integrar la visión de las mujeres en los procesos de diseño, producción y gestión de ámbitos científicos (equidad tecnológica).
- *Objetivo 5:* Diseñar acciones dirigidas a que Internet se convierta en un ámbito de libertad que favorezca la expansión de los proyectos de las mujeres, estableciéndose como herramienta para cambiar los estereotipos y las relaciones de género.

De acuerdo a estos objetivos se definen 17 actuaciones, una de las cuales se refiere a poner en marcha un “**Plan de Acción para la Igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en la SI**”.

Este Plan, que se encuentra actualmente en elaboración y que se espera vea la luz en el corto plazo, pretende dar un salto cualitativo en las políticas públicas de SI, incidiendo globalmente sobre las diversas brechas de género diagnosticadas (de acceso, de uso y de intensidad).

En concreto, el Plan se articulará en una serie de ejes de actuación dirigidos a la ciudadanía, que persiguen un uso y participación más equilibrada de hombres y mujeres en la SI, aumentando el acceso de las mujeres, mejorando y ampliando sus usos, fomentando su protagonismo en los sectores TIC y desarrollando contenidos de igualdad. Asimismo, se pretende impulsar otros ejes complementarios centrados en las estructuras y sistemas que han de impulsar el conocimiento, las políticas, los valores y las sensibilidades hacia el cambio de rumbo que se precisa para lograr la igualdad en la SI y que la SI se convierta en una aliada para la igualdad.

El Plan está promovido por el Ministerio de Igualdad, previendo ponerse en marcha en cooperación con el conjunto de cuerpos ministeriales que poseen un papel relevante en el impulso de la SI (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio; Ministerio de Educación; Ministerio de Trabajo e Inmigración,...).

Finalmente, en lo que respecta a los planes de SI promovidos desde las CC.AA., el tratamiento de los temas de igualdad continúa siendo dispar, como suele suceder con toda nueva política que se encuentra en pleno proceso de implantación. Y, de ese modo, conviven algunas intervenciones de mayor alcance y vocación estructural con otras (mayoritarias) en las que lo común es hacer alusión a las mujeres a través de su ubicación entre los “colectivos” en riesgo de exclusión digital (mayores, personas con discapacidad, inmigrantes, etc.) y mediante la puesta en marcha de actuaciones de alfabetización digital. En esa medida, si bien es cierto que algunos de los planes regionales ya contemplan la igualdad de género entre sus objetivos estratégicos o generales, todavía no se trata de una práctica generalizada.

6. Conclusiones

Hoy en España -y en el conjunto europeo- la brecha digital de género en el acceso a las TIC (primera brecha digital de género) persiste. Aunque el volumen de población usuaria de Internet ha aumentado de forma considerable en los últimos años, el porcentaje de mujeres internautas está todavía por detrás del correspondiente a los hombres.

Se constata también la existencia de una segunda brecha digital de género, sustentada en la menor intensidad de la incorporación femenina a Internet y que presenta significativas diferencias en los usos que mujeres y hombres hacen de las TIC, especialmente patentes en el caso de los vinculados al consumo y al ocio, todos ellos mucho más empleados por los hombres que por las mujeres, frente al mayor uso que éstas hacen de servicios relacionados con el bienestar social.

Pero además, se plantea la presencia de una tercera brecha digital de género que afecta a las aplicaciones que están a la cabeza del desarrollo de Internet. Esta situación puede resultar de particular importancia para explicar la desigualdad de género en la SI, en tanto que afecta precisamente al entorno clave en el que se fraguan y lideran los cambios tecnológicos, económicos y sociales. Si esas aplicaciones no están diseñadas para el apoyo y aprovechamiento del 50% de la población, constituyen una barrera para que la SI contribuya a la igualdad de género. De hecho, la misma existencia de esta brecha pone en cuestión un modelo de SI que, por no considerar suficientes elementos de inclusión, tenderá al fracaso y la no sostenibilidad.

Frente a este escenario, las políticas e intervenciones públicas se han dirigido, casi en exclusividad, a incidir y superar la brecha de acceso, de manera que la investigación sobre género y SI parecen ir un paso por delante al de las políticas. Aunque puede identificarse cierta transición en algunos de los planes e iniciativas públicas -en las que prevalece un enfoque más abarcador e integral sobre esta cuestión- por el momento es una práctica minoritaria.

Sin embargo, no cabe duda de que los efectos de las brechas de género adicionales a la de acceso se dejarán sentir en el medio plazo. Por esta razón, hacerlas visibles en los niveles de toma de decisiones e introducir estrategias y medidas tendentes a superarlas deberían constituirse en puntos a incorporar en la agenda política.

Bibliografía

Comunicación de la Comisión, de 1 de junio de 2005, al Consejo, Parlamento Europeo, Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones titulada i2010 - Una sociedad de la información europea para el crecimiento y el empleo COM (2005) 229 final.

Conferencia Ministerial de Riga (11-13.6.2006): TIC para una Sociedad Inclusiva.

Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Iniciativa Europea i2010 para la inclusión digital. «Participar en la sociedad de la información». COM (2007) 694 final.

Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions “Preparing Europe’s digital future i2010 Mid-Term Review. Volume 1: i2010 -Annual Information Society Report 2008. Benchmarking i2010: Progress and Fragmentation in the European Information Society”. COM(2008) 199 final. Brussels, 17.4.2008

European Commission. DG Information Society and Media. COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT. Accompanying document to the “Measuring progress in e-Inclusion. Riga Dashboard”. 2007

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Plan Avanza: Plan 2006-2010 para el desarrollo de la Sociedad de la Información y de Convergencia con Europa y entre Comunidades y Ciudades Autónomas. 2005.

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Orden ITC/435/2008, de 19 de febrero, por la que se aprueba el Plan Anual integrado de ayudas del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio para el año 2008 y se establecen las medidas dirigidas a mejorar su tramitación. (B.O.E. nº 46 de 22 de febrero).

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Informe Plan Avanza- Igualdad de Género. 22 de enero de 2009.

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Resolución de 16 de febrero de 2009, de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, por la que se efectúa la convocatoria 1/2009 para la concesión de ayudas para la realización de proyectos y acciones de la Acción Estratégica de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información dentro del Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica 2008-2011. (B.O.E nº 46 de 18 de febrero).

Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. (B.O.E. nº 71, de 23 de marzo).