

## Conclusiones y recomendaciones

A lo largo de estas páginas ha podido apreciarse cómo la incorporación de la igualdad en las políticas de sociedad de la información y la sociedad de la información en las políticas de igualdad **no termina de adquirir el carácter estratégico e integral** que ambas cuestiones deberían poseer, dada su relevancia para el desarrollo y enriquecimiento político, económico y social.

En el **contexto europeo**, como se ha visto, el 2003 fue un año prolijo en la elaboración de documentación, propuestas e informes en la materia, pero con una escasa repercusión en el diseño de políticas posteriores: a pesar de que se reconoció la falta de integración de la perspectiva de género en el marco de las políticas comunitarias, **la Iniciativa i2010 continúa sin dotar de un carácter central a la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres**. Se espera, no obstante, que en el seno de los grupos temáticos sobre e-inclusión que se crearán a partir del 2008, se produzcan avances y que el Grupo de Alto Nivel ESDIS, donde se aborda la 'cara social' de las tecnologías, se continúen los esfuerzos en la elaboración de informes y propuestas de mejora. En paralelo, la 'hoja de ruta' de la igualdad a nivel europeo parece poner más el acento en la investigación y la ciencia que en el ámbito específico de las TIC y la sociedad de la información.

Por su parte, a nivel estatal, el **Plan Avanza y la Ley de Igualdad** suponen un **enorme adelanto** en la vinculación de las políticas de igualdad y sociedad de la información. Por primera vez un plan de Sociedad de la Información reconoce la incorporación de la perspectiva de género como un reto a afrontar en las estrategias de sociedad de la información en un doble sentido: a) garantizar la igualdad de oportunidades en la sociedad de la información; b) utilizar las TIC como herramienta para fomentar la igualdad. Se contempla, por tanto, el género y la sociedad de la información como medio y como fin en sí mismo.

Esta importantísima 'declaración de intenciones' del Gobierno se ve reflejada en la ya comentada convocatoria para la realización de proyectos de impulso del género en la sociedad de la información. Sin embargo, la tan perseguida '**transversalidad**' **pierde fuerza** cuando se analizan el resto de convocatorias que emanan del Plan Avanza y los **ámbitos más 'tecnológicos' y 'empresariales'** del resto de líneas de actuación. Del mismo modo la Ley de Igualdad habla de 'transversalidad', pero pone el acento en la alfabetización, las TIC como canal de avance de las mujeres rurales o el desarrollo de contenidos digitales para la igualdad. La visión, en este sentido, debería ser más abarcadora.

**A nivel regional sigue faltando el enfoque estratégico**. En los planes de sociedad de la información la consideración de objetivos de igualdad es más la excepción que la norma, aunque empiezan a diseñarse algunos programas en los que se ven indicios de 'mainstreaming' de género. En términos prácticos las medidas para fomentar la igualdad en la sociedad de la información se traducen, cuando lo hacen, básicamente, en actuaciones de alfabetización tecnológica. Dentro de los planes de igualdad, tecnologías y mujeres rurales suelen ir de la mano, y empieza a dejarse notar cierto avance en sociedad de la información dirigido a otros colectivos (empresarias, emprendedoras) o en la puesta a disposición de nuevos servicios para la igualdad (empleo, conciliación, redes,...). Pero lo cierto es que la sociedad de la información tampoco posee un carácter estratégico en los planes de igualdad.

Pese a ello son muchas las **iniciativas** que se están poniendo en marcha que, de forma individual, están alcanzando **logros para la construcción de una sociedad de la información más igualitaria**. Iniciativas que hay que dar a conocer, transferir a otros ámbitos y colocarlas con fuerza en las agendas institucionales como experiencias probadas que han de ser mantenidas.

Pero aún así **queda un largo camino por recorrer**. No sólo se trata de tener en cuenta 'las distintas situaciones y necesidades de hombres y mujeres' en el diseño de cualquier política, si no también de abordar éstas desde **enfoques más innovadores e integrales** y reconocer a la **mujer como sujeto**

**activo** de la Sociedad de la Información.

El enfoque de género debería formar parte del diseño, ejecución y evaluación de cualquier iniciativa en materia de sociedad de la información. Lo que conlleva:

- **El desarrollo previo de estudios temáticos** que ayuden a profundizar en las razones y causas de la 'brecha digital' de género, teniendo en cuenta a los diversos colectivos de usuarias, pero también a las que acceden en menor medida. Buscar los factores de utilidad y necesidad que pueden encontrar en el uso de las TIC; los medios, canales y espacios más propicios para su acceso; los contenidos y e-servicios que esperan encontrar y a los que más acceden; los modos de aprendizaje y tipo de usos que hacen de las herramientas tecnológicas; son ejemplos de información que habría que conocer para el diseño de iniciativas más adaptadas a las necesidades reales de las mujeres.
- **La realización de evaluaciones de impacto** en el diseño de cualquier medida o actuación pública, que contemple cómo ésta va a afectar a hombres y mujeres y en qué grado contribuye a reducir o a aumentar la brecha digital. Hay que dar un salto en la concepción de las políticas públicas de sociedad de la información y tecnología como 'neutras' desde el punto de vista de la igualdad.
- **La definición de indicadores de seguimiento y evaluación** que den cuenta de la eficacia de las actuaciones desde el punto de vista de la igualdad. Actualmente, son escasísimas las evaluaciones de los planes de sociedad de la información y, cuando existen, no ofrecen información sobre los distintos resultados obtenidos con hombres y mujeres beneficiarias.
- **La participación de las mujeres en los espacios de decisión** en los que se diseñan y fraguan las políticas e intervenciones públicas. No se pueden hacer 'políticas para las mujeres sin las mujeres' y son ellas quienes, necesariamente, han de liderar este proceso y estar presentes en las esferas del 'poder', desde donde se impulsa el cambio de valores y perspectivas.
- **La comunicación permanente de valores y mensajes de 'igualdad'** en los espacios de la sociedad de la información. El cambio hacia la igualdad es, en definitiva, cambio cultural, y ello requiere incidir plenamente los esquemas de pensamiento, en los estereotipos y roles sociales que mujeres y hombres tienen asignados, por lo que las estrategias de comunicación (entre los y las decisoras políticas, entre los y las productoras de software y contenidos, entre los y las dinamizadoras y entre la ciudadanía en general, incluidas las propias mujeres) juegan un papel fundamental.

En las políticas de igualdad, donde estos principios ya están integrados, la sociedad de la información habría de adquirir un carácter más transversal en el conjunto de los objetivos y líneas de trabajo. Las TIC pueden servir de herramienta de apoyo a la igualdad y al empleo, a la conciliación, a la salud, al ocio, a la cultura, a la participación, a lucha contra la violencia de género, ..., y hay que explotar toda su potencial. Y son las políticas de igualdad las que han de servir de catalizador y ejemplo a las políticas de sociedad de la información.

Como se decía, por tanto, se requieren de enfoques más estratégicos, innovadores e integrales que contemplen, al menos, los siguientes ejes de trabajo:

| Ejes de trabajo           | Objetivos  |
|---------------------------|--|
| <b>Aumentar el acceso</b> | <p>Reducir la brecha digital de género facilitando el acceso a las TIC de las mujeres que se encuentran al margen de la sociedad de la información, lo que requiere de intervenciones dirigidas a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- encontrar el motivo/la necesidad del uso de las TIC por parte de estas mujeres, mediante la realización de estudios que</li> </ul> |

| Ejes de trabajo                                | Objetivos  |
|--|--|
|  | <p>contemplan la diversidad de los perfiles, expectativas y situaciones de las mujeres potencialmente usuarias (amas de casa, mayores, empresarias, mujeres rurales, inmigrantes...);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- lanzar campañas de información/sensibilización dirigidas a los distintos colectivos de mujeres, teniendo en cuenta sus diversos intereses y motivaciones para el uso de las TIC;</li> <li>- formar en el uso básico de las TIC, con soportes y software 'antitecnofóbicos' y con el apoyo y acompañamiento de dinamizadores/mediadores adecuados según el perfil de las mujeres (dinamizadores de los Telecentros a mujeres rurales; apoyo 'intergeneracional' nietos/abuelos, hijos/madres para mayores/amas de casa; consultores para empresarias,...);</li> <li>- poner a disposición espacios en los que las mujeres sientan como 'propios' (rompiendo las barreras 'simbólicas' de acceso, por ejemplo, que se dan en los Cibercentros) y equipos para su plena disposición (evitando el 'monopolio' en el uso, por ejemplo, que a veces se da en los hogares por parte de los hijos y las parejas);</li> <li>- reducir los costes de equipamiento y acceso a Internet, así como el de las actualizaciones de ambos, estableciendo, por ejemplo, líneas de ayuda específicas para las mujeres y 'asesores/asesoras tecnológicas' en la adquisición de terminales;</li> <li>- abrir espacios de intercambio entre las mujeres que se inician en el uso de las TIC para compartir experiencias en su proceso de aprendizaje, con foros o cuentas de correo compartidas.</li> </ul> |
| <p><b>Mejorar y ampliar los contenidos</b></p> | <p>Diseñar y elaborar nuevos contenidos y servicios digitales dirigidos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mejorar las condiciones de vida de las mujeres, sus déficits de tiempo, la corresponsabilidad y la conciliación, sus canales de información, su educación y empleabilidad, sus empresas, sus asociaciones, su salud, ...</li> <li>- hacer de la 'red' un espacio para la igualdad, con información, mensajes y herramientas que contribuyan al lanzamiento y la sensibilización en nuevos valores más igualitarios y al liderazgo y el empoderamiento de las mujeres. Importante es, en este sentido, velar porque en los contenidos de toda la 'red' las mujeres aparezcan como sujetos de los contenidos y no como meros objetos.</li> </ul>   |
| <p><b>Mejorar y ampliar los usos</b></p>       | <p>Acercar a las mujeres ya iniciadas en las TIC a usos más avanzados, mediante formación/teleformación, que supere el uso</p>   |

| Ejes de trabajo                                  | Objetivos  |
|--|--|
|  | <p>básico (procesamiento de textos, hojas de cálculo, navegación por Internet) hacia técnicas de programación, producción de contenidos, usos ofimáticos avanzados, ...</p>  |
| <b>Aumentar la presencia en los sectores TIC</b> | <p>Aumentar la presencia de las mujeres en el sector TIC privado, como analistas de sistemas, diseñadoras, productoras, programadoras, ..., de software y contenidos digitales, mediante la orientación profesional desde la escuela hacia estos sectores, la visibilización de modelos de mujeres de éxito en ellos, la creación de incentivos a empresas del sector para la promoción de mujeres, el desarrollo de planes de carrera para mujeres, etc.</p> <p>Aumentar la presencia de las mujeres en los espacios de poder y toma de decisiones públicas en el ámbito de las TIC y la sociedad de la información, fomentando la creación de redes mujeres que ejerzan presión en estos espacios, promocionando a las mujeres del sector público, instaurando medidas de acción positiva, ...</p> |