

Redes electrónicas de mujeres: Aportaciones al uso democrático de Internet

Martha BURKLE & Eva GONZÁLEZ

ABSTRACT

The Internet as an agent of democratisation is a concept which is receiving increasing interest from social theorists around the world (Barranquero, 2003; Castells, 2001; Wallace, 1999). Some authors within the “futuristic” approach to information technologies support the argument that the Internet “could help citizens revitalise democracy”. However, a tension exists to this approach as the history of the design, development and use of the Internet is heavily male dominated. Whilst implicit in the nature of “democracy” is the idea of equality and sharing between genders, the feminist discourse has underlined the nature of the Internet as dominated by a technological elite integrated by men. From this perspective, it is urgent to analyse gender involvement in technologies in general and Internet in particular and the appropriation of the web by women networks. This paper investigates the theoretical bases of these ideas (empowerment, appropriation, identity) and compares them with empirical analysis of the use of the Internet by groups of women in four different geographical areas: Europe, North America, Asia and Africa. A number of websites from these areas were selected in order to perform a content analysis and compare their use in reference to community service, social action promotion, women’s involvement in political practices and new forms of interactive communication.

INTRODUCCIÓN

La Internet como un agente de democratización es un concepto que ha recibido la atención de un buen número de sociólogos y analistas de la sociedad de la información durante los últimos años. Esta investigación documenta el interés personal de las investigadoras en analizar el rol de la Internet como un espacio que hace posible la participación social entre individuos y entre grupos. Más aún, es interés particular de este trabajo investigar cómo las mujeres usan la Internet, respondiendo a la invitación concreta de la Plataforma de Beijing en 1997 respecto a la necesidad de involucrar a más mujeres en el desarrollo y uso de tecnologías (Beijing Platform, strategic objective B3). Retomando esta iniciativa nuestro interés se centra en explorar las estrategias de las mujeres para construir espacios para la interacción social utilizando la Internet. Analizar cómo las mujeres llevan a la Internet sus preocupaciones. Explorar, en una palabra, las estrategias de las mujeres para lograr que su ‘voz sea escuchada’.

De lo anterior se concluye que el objetivo central de la investigación es identificar qué estrategias son utilizadas por grupos de mujeres para construir espacios interactivos en la In-

ternet. Por otra parte, es interés también de esta investigación analizar la forma en que estas estrategias llevan las temáticas propias de las mujeres al ciberespacio y las nuevas identidades colectivas creadas por las mujeres como alternativas al modelo social imperante.

UNA REVISIÓN TEÓRICA DE LA RELACIÓN MUJERES Y TICs

La experiencia de las mujeres en el terreno de la ciencia y la tecnología ha estado históricamente dominada por los hombres. A partir de la llamada revolución de la información, varias investigaciones señalan que la experiencia de las mujeres en el uso de la Internet es muy similar a sus experiencias en ciencia y tecnología en general. De ahí que sea posible concluir que pueden hacerse diferencias de género en el uso y contenidos en la Internet, y que esta red de redes refleja específicos estereotipos de clase, raza y género (Kennedy, 2000, Burkle, 1998).

No solamente la tecnología en sí sino la ciencia en general está determinada por la perspectiva y las leyes masculinas. Podría parecer que las mujeres han contribuido muy poco al progreso científico, pero asumir esto es falso. Estudiosos de esta área aseguran que las contribuciones de las mujeres al desarrollo de la ciencia y a la tecnología han sido ignoradas y/o dejadas a un lado con el fin de fortalecer y exaltar el discurso masculino dominante ((Kennedy, 2000, Wajcman, 1999, Fallon 1998). Fallon por ejemplo, argumenta que las mujeres han contribuido de hecho a la invención de numerosos artefactos importantes, como la máquina de coser, la podadora eléctrica, y la imprenta por ejemplo, pero en todos estos casos la creación fue atribuida a los maridos de las mujeres innovadoras (Fallon, 1998).¹

En el terreno de las computadoras, las contribuciones de las mujeres han sido inmensas. Al igual de Fallon (1998), Cockburn (1993) explica que durante la década de los 40's las mujeres crearon sistemas procesadores de información que continúan en uso hasta nuestro días. La actividad de programación fue considerada en su origen como una extensión de la actividad secretarial y asignada a las mujeres durante el período de la post-guerra. Sin embargo, años después cuando se reconocieron las complejas habilidades que este trabajo implicaba, se reconstruyó como 'propio del varón'. (Fallon, 1998).

En lo que se refiere a la programación de software varios autores han discutido el hecho de que las niñas disfrutaban del uso de computadoras en una forma más funcional que los niños. Mientras que las primeras usan generalmente el software como una herramienta, los niños lo utilizan más como un juguete (Frenkel 1990, Borg, 1993). La investigación desarrollada por 'Electronic Games for Education in Math and Sciences' (EG EMS) en 1993 indicó que la posibilidad de interactuar con los videojuegos era un elemento muy importante para las niñas quienes valoraban la posibilidad de interactuar unas con otras mientras jugaban. La idea de establecer relaciones sociales a partir del juego tiene una carga de género muy importante, no obstante esta investigación cuestionó la idea de que las niñas se ven intimidadas o son incapaces de utilizar aparatos electrónicos.

Con un uso limitado a los videojuegos y con un lenguaje y diseños de computadora dominado por los varones, no es de sorprender que al surgir la Internet ésta estuviera también dominada por el género masculino. Sin embargo, y pudiera parecer contradictorio, cuando a las computadoras se les consideró "procesadoras de palabras" fueron sólo utilizadas por mujeres para dar soporte a su servicio secretarial (Spender, 1996). En este sentido y cuando se pensó que las computadoras eran utilizadas por las mujeres para ayudarlas en el trabajo que realizaban

para sus superiores (jefes masculinos en este caso) se les consideró una pieza tecnológica tan adecuada como lo sería una máquina de lavar o una lavadora de trastos (Franquet, 1999). Sin embargo, cuando se descubrió que las computadoras eran potencialmente más poderosas, su hegemonía fue reclamada nuevamente por el género masculino.

Desde sus orígenes, la Internet fue creada para ser un instrumento militar y se estableció dentro de un marco de cultura de tecnología que ignoraba la participación y el rol de las mujeres. Sin embargo, a pesar de que el ciberespacio se inició en un ambiente no receptivo para las mujeres, diversas iniciativas de mujeres alrededor del mundo buscaron involucrarse en él siguiendo sus propias estrategias.

Spender (1995) y Fallon (1998) inciden en que mientras que la Internet continúa promoviendo una imagen negativa de las mujeres, dando origen así a un espacio desconocido e incómodo para ellas, cada vez más mujeres utilizan el ciberespacio como un medio de comunicación y como un instrumento del que pueden obtenerse resultados positivos.

En su investigación sobre la ética del género en la comunicación mediada por computadoras (CMC), Herring (1996) sostiene que no hay diferencias de género en el uso de esta mediación y que las mujeres utilizan la Internet para fortalecer e idealizar sus “interacciones personales armoniosas”²² (1996:137). Por otra parte, en su investigación Winter y Huff (1996) analizaron experiencias de mujeres en foros electrónicos y encontraron que las mujeres están en efecto siendo las creadoras de nuevas formas de interacción en un ambiente comfortable caracterizado por la ausencia de varones.

La Internet ofrece a las mujeres un sinnúmero de beneficios: les permite comunicarse unas con otras más allá de las limitaciones del espacio o la distancia física. Aún cuando no beneficia a todas las mujeres de la misma forma, día con día mujeres de todo el mundo se conectan a la Internet. Esta realidad refuerza las relaciones entre ellas y es una forma de solidaridad y un medio para el empoderamiento y la creación de ciber-comunidades.

La Internet significa para las mujeres la posibilidad de acceder información a la que de otra forma no podrían tener acceso. Existen ya en la Internet un buen número de páginas web con información en referencia a asuntos de salud, derechos legales, derechos reproductivos, leyes familiares, etc., esto es, asuntos de interés particular para las mujeres. La posibilidad de consultar estas fuentes de información a cualquier hora, desde cualquier lugar y por un periodo de tiempo ilimitado permite a las mujeres el contar con información necesaria en el momento requerido. Esta ventaja fue de hecho analizada en la presente investigación. La página web de Sudáfrica, por ejemplo, es una fuente rica de información para las mujeres en referencia a temáticas como la salud y también una oportunidad política para involucrarse en un foro en donde compartir experiencias y sueños personales.

Más allá de la Internet en sí, la introducción del concepto “ciberfeminismo” en el lenguaje y la teorización del ciberespacio trajo consigo la posibilidad de nuevas formas de interacción virtual para las mujeres a través del reconocimiento de las computadoras y el ciberespacio como elementos característicos del perfil de sociedad de nuestros días (Brayton, 1997). El concepto del ciberfeminismo es en efecto una propuesta para entender la relación entre género y tecnología. Plant (1996) usa el término ‘ciberfeminismo’ como indicativo de la alianza o conexión entre las mujeres y la tecnología en la que “las mujeres son sólo un engranaje de la cultura masculina”.³ Pero a pesar de que algunas investigadoras en esta arena han considerado a ésta como una alianza positiva, varias de ellas por el contrario consideran que “las nuevas tecnologías nunca serán tan liberadoras como las ciber-artistas y las adictas a Internet nos quieren hacer creer”²⁴ (Braidotti, 1996).

Por otra parte, la Internet permite también a las mujeres la oportunidad de crear sus propios cuerpos de conocimiento basados en sus experiencias y percepciones personales. Finalmente, como esta investigación lo confirma, la Internet es el lugar del empoderamiento de las mujeres, la oportunidad en donde ellas pueden ‘hacer oír sus voces’. Un espacio virtual por conquistar, compartir y aprender.

Esta positiva y liberadora perspectiva es compartida también por Brayton (1997), quien señala que las tecnologías hacen posible para las mujeres la liberalización de las estructuras tradicionales de poder que les rodean. Desde este punto de vista podemos afirmar que el ciberfeminismo permite la ruptura de identidades y la transformación femenina del ser humano.

Es posible decir que los avances científicos y tecnológicos están transformando de manera radical la relación entre las mujeres y las máquinas. Sin embargo, son las propias mujeres y los grupos organizados de mujeres los que están haciendo esta diferencia. En la nueva era digital, las mujeres conectadas están invadiendo el ciberespacio y acogiendo el cambio tecnológico que puede ofrecerles una diferencia (Wajcman, 2004). La figura del ‘cyborg’, desde Haraway (1991) hasta Wajcman (2004), ha dado origen a un nuevo icono del poder de la mujer, liberada de las limitaciones y restricciones sociales que le son impuestas. Y es precisamente la presencia de las mujeres en el ciberespacio la que construye las nuevas políticas de tecnología (Wajcman, 2004). Dicho de otro modo, son los diversos grupos de mujeres que utilizan la Internet los que dan forma a la tecnología en general y los que transforman a la Internet en particular. Es a través de este uso cómo la tecnología adquiere un matiz de género. Es precisamente la subjetividad de la mujer, como lo sugiere Wajcman, la que da forma a este nuevo espacio social que es la Internet.

¿Es correcto decir que las tecnologías tienen una orientación de género? Como se señalaba al inicio de esta revisión de literatura, hasta hace poco tiempo el uso de tecnología estaba relacionado estrechamente con la masculinidad. Sin embargo, en la nueva era digital que vivimos, la figura de ‘wired women’ (‘mujeres-alámbricas’) están poblando el ciberespacio e involucrándose de cerca con el cambio tecnológico. La figura del ‘ciborg’ ha prendido fuego a la imaginación feminista como un ícono del poder de las mujeres y como la posibilidad de liberación de las diferencias sexuales existentes. De ahí que sea pertinente preguntarse: ¿Qué tiene que ofrecer la sociedad de la información – entendida como sociedad Inter-contactada, genéticamente re-estructurada, digitalmente diseñada, remotamente controlada- a las mujeres? La presente investigación busca de alguna manera responder a esta pregunta.

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO.

El objetivo principal de este trabajo es identificar, analizar y caracterizar una selección de páginas web creadas por organizaciones de mujeres de seis países y cinco continentes diferentes: Australia, Canadá, India, México, España y Sudáfrica. Más aún, la investigación busca conocer en qué medida estas redes representan realmente espacios abiertos a nuevas formas de expresión e interacción social entre mujeres, tanto para promover acciones de cambio como para reconstruir su identidad.

La metodología empleada ha sido el análisis cualitativo del contenido, recursos y estructuras de las páginas web. El método seguido para seleccionar las páginas web ha sido el muestreo teórico que se realizó teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- Páginas web creadas por mujeres, orientadas al cambio social.
- Páginas web producidas en el país donde se encuentra la sede central de cada organización.
- Páginas web propiedad de organizaciones civiles no gubernamentales,⁵ aunque puedan tener algún tipo de apoyo público.
- Páginas web orientadas a la comunicación entre las usuarias.
- Para cubrir un mayor espectro geográfico, las 6 páginas web se buscaron en los 5 continentes: América, África, Europa, Asia y Australia.
- Las páginas web podían estar en 3 idiomas diferentes: Inglés, francés y español, que son los idiomas dominados por las investigadoras.
- Páginas web que promovieran el activismo social y político entre sus usuarias.
- Páginas web que favorecieran la ruptura de estereotipos promoviendo así la igualdad con los hombres.

Estas ideas fueron transformadas en grupos de indicadores o variables que resultaron apropiados para el análisis. La siguiente tabla presenta las páginas web finalmente elegidas:

| Página web/URL | País de Origen |
|---|-----------------------|
| <i>Mujeres en red</i> http://www.nodo50.org/mujeresred/ | España |
| <i>CIMAC</i> http://www.cimac.org.mx/ | México |
| <i>National Commission for women (NCW)</i> http://www.ncw-india.org/ | India |
| <i>Women's net</i> http://www.womensnet.org.za/ | Sudáfrica |
| <i>Fédérations des femmes du Québec (FFQ)</i> http://www.ffq.qc.ca/ | Canadá |
| <i>WIRE</i> http://www.wire.org.au/ | Australia |

A continuación presentamos una breve semblanza de las páginas web que han formado parte del estudio:

- a) CIMAC (Comunicación e Información de la Mujer, A.C.) (www.cimac.org.mx). Fundada en 1988 tiene como misión promover en los medios de comunicación un nuevo punto de vista sobre la condición actual de las mujeres abogando por la introducción de determinados tópicos en la agenda de los medios: desarrollo, discriminación y derechos de la mujer.
- b) FFQ (Fédérations de femmes du Québec) (www.ffq.qc.ca). Inicia en el año 2000 con su presencia en internet, para apoyar el trabajo que ya venía realizando como organización civil. Sus objetivos generales consisten en promover y defender los derechos de la mujer, asumiendo una actitud crítica, de concertación y de presión. Esta es una de las páginas analizadas con un mayor activismo social ya que a través de su página

- web organiza acciones colectivas para el cambio social (Ej.: Marche Mondiale des Femmes).
- c) Mujeres en red (www.nodo50.org/mujeresred/), nació en 1997 y es definida por sus propias productoras como un ‘experimento’ para ensayar sobre las posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen para la comunicación e interacción entre mujeres. Impulsada por una periodista española, en estos momentos agrupa unas 3000 mujeres entre particulares y organizaciones civiles.
 - d) Women’s Net (www.women’s.net.org.za). Esta página inicia su andadura en 1997, y fue creada no sólo para generar un espacio social para las mujeres sino también para promover el uso de la tecnología entre sus usuarias. Entendiendo que el uso de Internet es uno de los caminos para el empoderamiento de la mujer en la nueva sociedad del conocimiento.
 - e) NCW (www.ncw-india.org). Nacida en el año 2000, es la única página que guarda relación con una organización pública, la Comisión Nacional para la Mujer de la India. Más que una red para las mujeres, en este caso se trata de una página que actúa como canal de presentación de las actividades y servicios que la Comisión Nacional ofrece para defender los derechos de las mujeres en la India.
 - f) WIRE (wire.org.au/wire/about.html). Formada en 1984, esta página concentra el esfuerzo de numerosas organizaciones de mujeres en Australia tales como “Women’s Electoral Lobby”, “Lifeline” y “YWCA”. Se centra en ofrecer información y apoyo a todas aquellas mujeres que trabajan sobre los derechos de la mujer y en otros campos relevantes relacionados con estos (inmigración, indigenismo...).

DIMENSIONES DE ANÁLISIS

El análisis de las páginas se realizó en función de dos dimensiones específicas: diseño y recursos para la participación y movilización social.

1. Dimensión Análisis de Diseño.

El análisis del diseño de las páginas web estuvo basado en los criterios de calidad propuestos por la ‘World Best Website Awards’ (Sitio en Internet: <http://www.worldwebsite.com/criteria.htm>) que consiste en la evaluación de 5 componentes principales: Funcionalidad, Diseño, Contenido, Originalidad y Profesionalismo. Cada uno de estos componentes está a su vez compuesto por tres o cuatro elementos (recogidos en la tabla siguiente) que fueron aplicados al análisis de cada página web.

2. Dimensión Análisis de Recursos.

El análisis de los recursos ofrecidos por las páginas nos permitió medir la potencialidad real de cada página web para actuar como espacios abiertos para la interacción y participación de las mujeres en el cambio social. Según la revisión teórica y empírica realizada propusimos dos criterios para trabajar este apartado: rasgos generales de las páginas web (misión, origen, productores y usuarios) y recursos para la participación y movilización social (Identificación de los recursos para la interacción y objetivos explícitos, objetivo implícito, formas de interac-

ción propuestas, dirección de la comunicación, vigencia del recurso y a quién va dirigido). Los valores de estos criterios se recogen en la siguiente tabla.

TABLA 1

| DIMENSIONES DE ANÁLISIS | | |
|--|------------------------------------|---|
| <i>DIMENSION</i> | <i>VARIABLE DE ANÁLISIS</i> | <i>VALORES</i> |
| Rasgos Generales | Misión | Definir para qué se crea la página |
| | Origen | Año de creación de la página |
| | Productor | Identificar quién las crea (fundadores) |
| | Usuario | Definición de las usuarias y número. |
| Diseño de la página web: “World best web award criteria” | Funcionalidad | Accesibilidad Velocidad y Ancho de banda Navegabilidad y links Legalidad Calidad HTML |
| | Diseño | Diseño gráfico Amigabilidad Integración Estética |
| | Contenido | Propósito Interactividad Expresión verbal |
| | Originalidad | Innovación Creatividad Tecnología |
| | Profesionalismo | Atención al cliente Valores Enfoque |
| Espacio para la interacción social: análisis de los recursos. | Recursos | Identificación de los recursos para la interacción y objetivos explícitos |
| | Objetivo Implícito | Información Comunicación Formación Interacción social |
| | Forma de interacción | On Line Off Line Out line |
| | Dirección de la comunicación | Descendente Ascendente Horizontal |
| | Vigencia del recurso | Permanente Ocasional Periódica |
| | Dirigidos a | Solo usuarios Acceso libre Orientado a contactos externos |

ESTRATEGIA DE ANÁLISIS.

En lo que respecta a la estrategia de análisis, el proceso se llevó a cabo en dos pasos. El primero, consistió en el diseño y aplicación de los criterios a partir del análisis individual de cada página; para en un segundo momento pasar a cruzar la información y aplicar transversalmente los criterios de la siguiente forma:

- a. El análisis del diseño de las páginas consistió en aplicar una evaluación de 1 a 5, donde 1 es el valor más bajo y 5 indica la excelencia de la página respecto a cada elemento. Una de las investigadoras, que ya había actuado como jurado para la “World Best Website” (Burkle, M. 1998-2003), fue la encargada de dar la puntuación correspondiente al diseño de las páginas. De ahí que deba asumirse que el puntaje otorgado a cada página web por su diseño es el producto de un dictamen, aparentemente subjetivo, pero fundamentado en la experiencia de haber dictaminado 400 páginas web.
- b. Los rasgos generales de la página web y de los recursos fueron clasificados de acuerdo a lo recogido en la tabla anterior, en ambos casos los criterios se basaron en una técnica descriptiva exploratoria, usando frecuencias, porcentajes y gráficas para representar los resultados obtenidos.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Para realizar una exposición más clara de los resultados obtenidos los dividimos según las 3 dimensiones de análisis:

- Uso de las páginas web para promover la creación de redes de mujeres.
- Diseño de la página como expresión artística y social.
- Las páginas web como espacios para la interacción social.

Uso de la red para promover la creación de redes de mujeres.

Para este trabajo hemos entendido las redes de mujeres como una construcción social que se define en función de la organización de un conjunto de mujeres en Internet en torno a un propósito común. Desde este punto de vista es posible concluir que los seis ejemplos estudiados son auténticas redes creadas por las mujeres para las mujeres con el objetivo común de:

1. Promover el trabajo y los derechos de las mujeres
2. El intercambio de información y comunicación para contribuir al empoderamiento individual de las mujeres y a su impacto económico y político en la sociedad actual.

También encontramos coincidencias importantes en cuanto a los principales tópicos de trabajo de estas páginas web, que fueron los siguientes:

- Violencia contra las mujeres (violencia de género).

- Empleo y educación.
- Salud (*general y psicológica*).
- Multiculturalismo y mujeres indígenas.
- Sexualidad.
- Tecnologías (NTIC).
- Medios de comunicación.

La investigación mostró que las seis páginas web organizan sus recursos, discusiones y actividades en torno a un claro propósito que se puede ver recogido en su misión (ver tabla siguiente). Entre las misiones analizadas es importante destacar el caso de “Women’s Net”, que tiene como propósito principal servir no sólo como espacio para la interacción social entre las mujeres sino también como oportunidad para aprender el uso de las tecnologías. O el caso de CIMAC, orientada a la promoción de los derechos de las mujeres brindando nuevos espacios y formas de tratar a la mujer en los medios de comunicación.

TABLA 2

| DESCRIPCIÓN GENERAL DE LAS PÁGINAS WEB | | | | | | |
|--|--|--|------------------------|---|--|--|
| País de origen | Página web | Misión | Año de creación | Fundadores | Descripción Usuarías | |
| México | CIMAC | Promover en los medios de comunicación un punto de vista diferente sobre la condición actual de las mujeres en México, trabajando por un mundo más equitativo, sin discriminación ni sexismo. | 1988 | Equipo de profesionales de la comunicación: periodistas, redactoras, comunicólogas,... | Hombres y mujeres especialmente aquellos que trabajan en los medios (100 usuarios registrados) | |
| Canadá | FFQ (Fédérations de femmes du Québec) | Organismo de presión política que busca promover y defender los derechos de las mujeres. | 2000 | Creada por Thérèse Casgrain, sustentada actualmente por la organización civil de Mujeres de Québec. | Mujeres sin distinción de raza, nacionalidad. (140 asociaciones y 600 particulares registrados) | |
| España | Mujeres en Red | Utilizar las potencialidades de Internet como espacio para la comunicación, solidaridad y la lucha de los derechos de las mujeres. | 1997 | Creado por una periodista española, actualmente diversas profesionistas participan en su mantenimiento. | Abierto a todas las mujeres del mundo y hombres pro-feministas. (3000 usuarias registradas) | |
| Sudáfrica | Women's Net | Empoderamiento de la mujer sudáfrica a través del uso de TIC para avanzar en la igualdad de la mujer. | 1997 | SANGONeT con el soporte de la Secretaría de la Commonwealth. | Dirigida a las mujeres de Sudáfrica (sin datos sobre el número de usuarias) | |
| India | NCW (National Commission for women) | Revisión de las condiciones legales, constitucionales, para la mujer y recomendar medidas correctoras, así como aconsejar al Gobierno de la India respecto a las políticas que afectan a la mujer. | 1992 | Una iniciativa del Gobierno Central a través de la Comisión Nacional para la Mujer. | Mujeres que participan en ONGs, medios, grupos activistas y académicas del país. (sin datos sobre el número de usuarias) | |
| Australia | WIRE | Proveer información actualizada y accesible a en función de las necesidades de las mujeres de Victoria. | 1984 | Conformada por varias organizaciones de mujeres como 'Women's Electoral Lobby', 'Lifeline', 'Victorian Police' o la 'YWCA'. | Mujeres de Victoria, Australia. | |

Otros dos elementos fundamentales en este primer análisis de las páginas fueron:

- Quiénes producen las páginas
- A qué público van dirigidas

Entre los resultados encontrados cabe mencionar que tres de las páginas web surgen de propuestas particulares: CIMAC, Mujeres en Red y FFQ. En cambio, otras tres responden a iniciativas de sectores sociales/públicos: NCW, WIRE y Women's Net.

Respecto al público al que van dirigidas, la investigación mostró que, en la mayor parte de los casos, la audiencia se define de forma genérica y localista, como es el caso de FFQ (Canadá), NCW (La India) o Women's Net (Sudáfrica). Sólo en uno de los casos, la página mexicana CIMAC, se dirige de forma más específica a profesionistas de los medios. Pero incluso cuando las usuarias son definidas de forma genérica -la mayoría de las mujeres que viven en el país sede de la página- descubrimos que el idioma es una restricción importante. En el caso de Women's Net, por ejemplo, el idioma usado es el inglés, siendo que una parte importante de las usuarias potenciales pueden hablar cualquiera de los diez idiomas oficiales de Sudáfrica, como el Afrikaans, Ndebele, Pedi, Sotho, Swazi, Tsonga, Tswana, Venda, Xhosa y Zulu. Otro ejemplo de esta restricción la encontramos en la página de NCW, donde los contenidos están en inglés y en Indi (idioma que habla el 30% de la población), pero la página olvida a las mujeres que pueden hablar cualquiera de las catorce lenguas del país (Bengali, Telugu, Marathi, Tamil, Urdu, Gujarati, Malayam, Kannada, Oriya, Punjabi, Kashmiri, Sindhi, y Sanskrit).

Diseño de las páginas web

De cara a facilitar la interacción y participación social, las páginas deben resultar atractivas para los usuarios potenciales. Siguiendo los criterios propuestos por la "World Best Web sites" (www.wordwebsites.com/criteria.htm), examinamos las páginas web objeto de estudio con la metodología descrita anteriormente en el apartado *estrategia de análisis*.

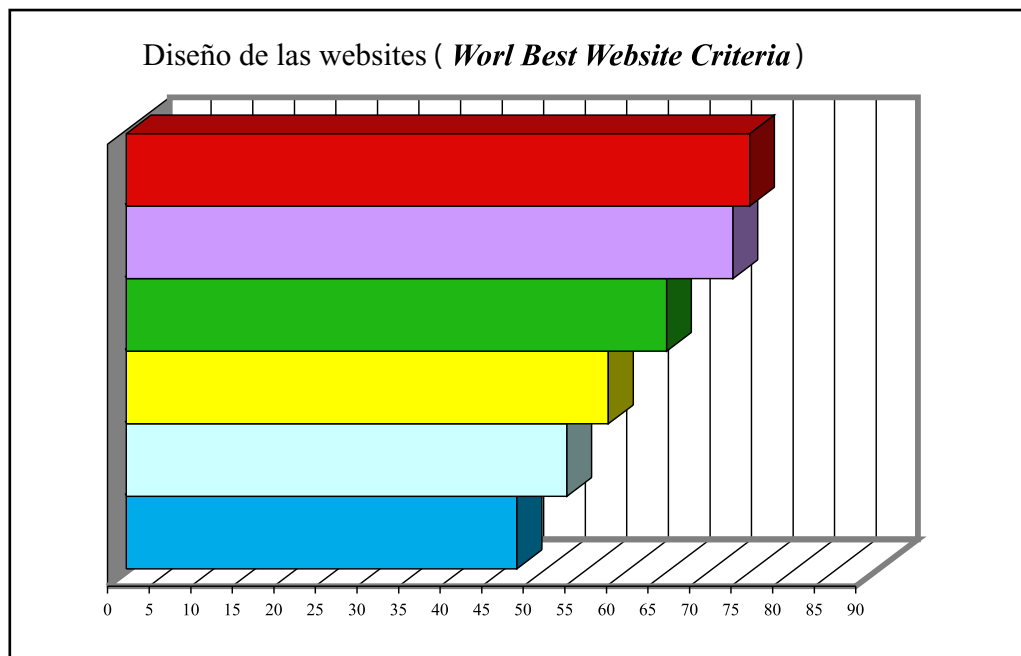
En la tabla siguiente quedan recogidas las puntuaciones obtenidas por las 6 páginas en cada uno de los rubros estudiados.

TABLE 3

| | | DISEÑO DE LAS PÁGINAS | | | | | | | | | | | | | | | Total | | | |
|----------------|--|-----------------------|----------------------------|-----------------------|-----------|--------------|----------------|--------------|-------------|----------|-----------|----------------|------------------|------------|--------------|------------|---------------------|-----------------|---------|----|
| | | Funcionalidad | | | | | Diseño | | | | | Contenido | | | Originalidad | | | Profesionalismo | | |
| | | Accesibilidad | Velocidad y ancho de banda | Navegabilidad y links | Legalidad | Calidad HTML | Diseño Gráfico | Amigabilidad | Integración | Estética | Propósito | Interactividad | Expresión verbal | Innovación | Creatividad | Tecnología | Atención al cliente | Valores | Enfoque | |
| Mujeres en red | | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 53 |
| CIMAC | | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 47 |
| FFQ | | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 73 |
| Women's Net | | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 65 |
| NCW | | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 58 |
| WIRE | | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 75 |
| Máximo | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 90 |

Siguiendo la metodología de 1-5 descrita anteriormente, se calificaron las páginas seleccionadas con el fin de obtener aquella con mejor diseño y posibilidades de interacción y aquella con menores recursos. En el primer lugar se encuentra WIRE, producida en Australia, con 75 puntos sobre el total seguida de la Fedérations du femmes du Québec de Canadá con 73 puntos. En el último lugar de la escala, con 47 puntos, está CIMAC (de México) y Mujeres en red con 53 (España). El cálculo estadístico sitúa la media en 45 puntos, lo que nos permite concluir que a pesar de no ser un aspecto prioritario, existe una conciencia de la importancia que el diseño y las posibilidades tecnológicas suponen para una navegación cómoda y útil. En la figura 1 podemos comparar los resultados obtenidos por las páginas web sobre la media:

FIGURA 1
EVALUACIÓN DISEÑO DE PÁGINAS



Observando uno a uno cada uno de los rubros estudiados resaltamos que en general para las seis páginas web la puntuación mínima es obtenida en originalidad, seguida por profesionalismo (ver tabla 4). Del punto contrario, la mejor puntuación en todas las páginas la obtiene el rubro de funcionalidad, lo que significa que las páginas están bien orientadas hacia las usuarias, sus contenidos y los servicios gratuitos están claramente enfocados al perfil de estas usuarias.

TABLE 4
DISEÑO DE LAS PÁGINAS WEB. (WORLD BEST WEBSITES CRITERIA)

| | Funcionalidad | Diseño | Contenido | Originalidad | Profesionalismo | Total |
|----------------|---------------|--------|-----------|--------------|-----------------|-------|
| Mujeres en red | 15 | 13 | 11 | 5 | 9 | 53 |
| CIMAC | 14 | 11 | 9 | 5 | 8 | 47 |
| FFQ | 18 | 19 | 13 | 10 | 13 | 73 |
| Women's Net | 18 | 16 | 12 | 8 | 11 | 65 |
| NCW | 16 | 12 | 12 | 7 | 11 | 58 |
| WIRE | 22 | 16 | 13 | 10 | 14 | 75 |
| Máximo | 25 | 20 | 15 | 15 | 15 | 90 |

Páginas web como espacios para la interacción social

La identificación de recursos de las páginas como elemento de democratización, descentralización y desconcentración de los flujos de información interna y de cambio social proviene no sólo de la cantidad y variedad de los mismos sino sobre todo de cómo estos son diseñados para alcanzar su propósito.

En la siguiente tabla podemos ver qué recursos han sido identificados en cada una de las páginas consultadas. Como primer resultado, observamos que los recursos que aparecen en todos los casos son el e-mail y las agendas de noticias. También encontramos, entre los más habituales, los documentos y links, que a veces constituyen complejos centros de documentación especializada por temas y países.

TABLA 5

| RECURSOS IDENTIFICADOS | | | | | | |
|---|-------|-----|----------------|-------------|------|--|
| Recursos para la interacción | CIMAC | FFQ | Mujeres en red | Women's net | WIRE | |
| Email | • | • | • | • | • | |
| Agenda (eventos y noticias) | • | • | • | • | • | |
| Publicaciones electrónicas* | • | • | • | | | |
| Documentos y Link (por temas o países) | | • | • | • | • | |
| Foros de discusión (genéricos o especializados) | | | • | • | | |
| Listas de distribución | | • | • | • | | |
| Redes de trabajo | • | • | | | • | |
| Asesoría y/o apoyo profesional | • | | | | • | |
| Espacio de reivindicación (comunicados, firmas convocatoria de manifestaciones,...) | | • | • | | | |
| Centro de formación | • | | • | | | |
| Recursos de formación sobre el uso de internet | | | • | • | | |
| Correos y teléfonos de apoyo (atención directa) | | | | | • | |
| Buzón de sugerencias | | | | | • | |
| Bartering (intercambio de links con instituciones relacionadas) | • | | • | • | | |
| Banners (publicidad de eventos relacionados) | • | • | • | | | |

En cuanto al resultado en la evaluación de estos recursos, los siguientes apartados nos resumen la condición en la que se encuentran según los resultados del análisis.

A. Recursos para la acción social

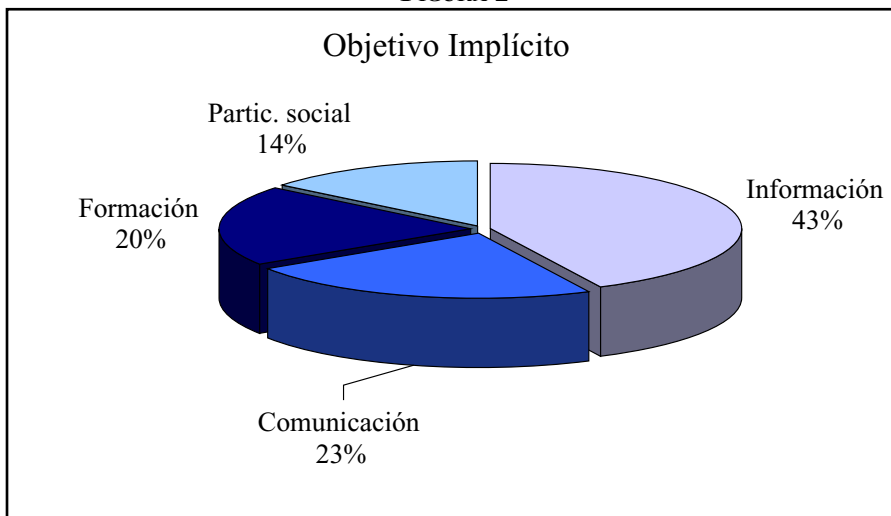
En primer lugar, los recursos han sido analizados en función de sus objetivos implícitos. Desde este punto de vista, el análisis se ha centrado en ver en qué medida los contenidos de la página responden a la concepción ‘cyberfeminista’ del uso de la tecnología, que implica el desarrollo de nuevas formas de interacción entre las usuarias.

Como podemos ver en la figura 2, un 23% de los recursos están destinados a facilitar la comunicación entre productoras y usuarias. Además, más de un 20% de los recursos están destinados específicamente a promover la intervención social.

Desde el punto de vista del cyberfeminismo podemos afirmar que las seis páginas web analizadas inciden en la importancia de proveer oportunidades para el intercambio de información y el aprendizaje. De hecho, como podemos ver en la figura 2 un 43% de los recursos se diseñan para proveer información, y un 20% para la formación.

Estos porcentajes reafirman la idea de que el uso de la Internet en el caso de las cibercomunidades de mujeres buscan crear sistemas de interacción donde intercambiar información y comunicarse, como posibilidades para lograr una mayor presencia social y en definitiva ‘alzar sus voces’.

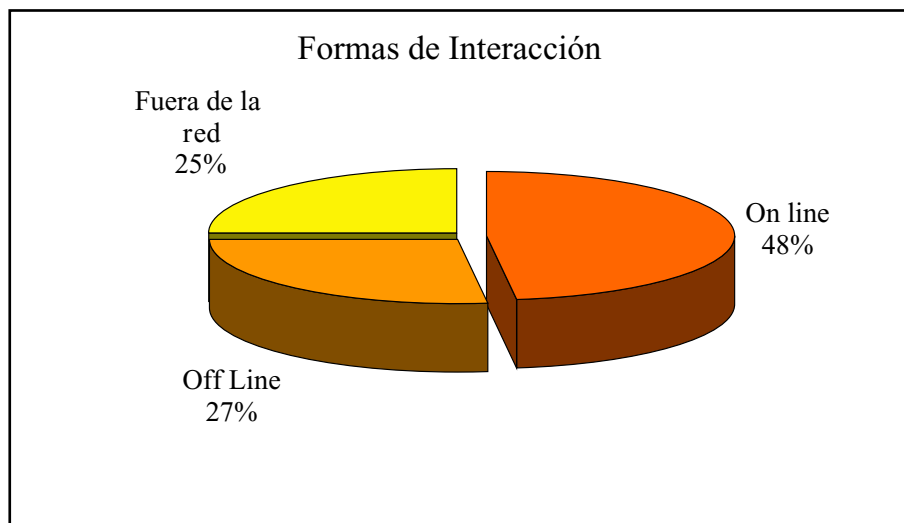
FIGURA 2



B. Recursos para la acción social.

Respecto a las formas de interacción usadas en las seis páginas web resulta significativo que el 48% de los recursos identificados sean ‘on line’, lo que podemos interpretar como que las usuarias buscan la accesibilidad y la posibilidad de establecer contacto en cualquier momento y desde cualquier lugar. Por otra parte, el 25% de los recursos están orientados al intercambio fuera de los límites de internet. Nos estamos refiriendo, principalmente, a las convocatorias de manifestaciones o la invitación a cursos presenciales.

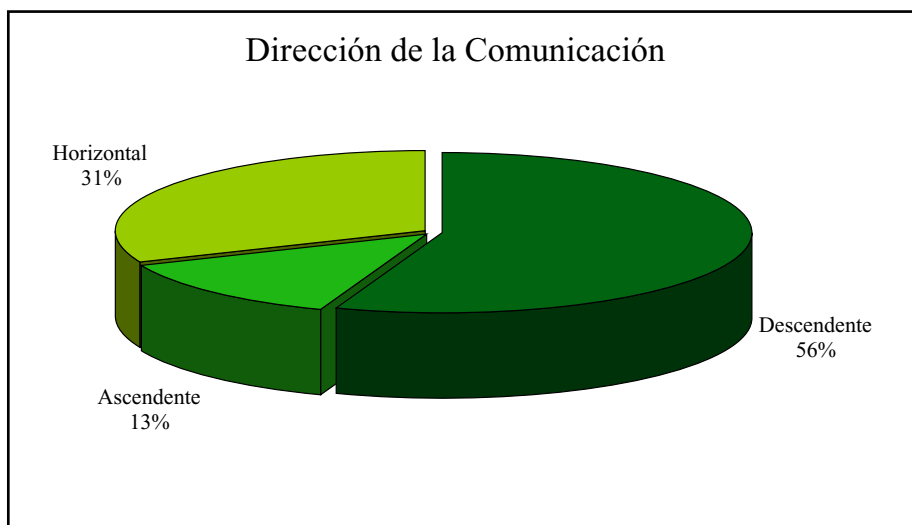
FIGURA 3



C. Dirección de la comunicación

La dirección en la que fluyen los recursos (*figura 4*) siguen siendo prioritariamente descendente (56%), es decir, desde la cúspide de las organizaciones hacia las usuarias. Sólo un 13% de los recursos permiten la comunicación ascendente, desde las receptoras-usuarias hacia la organización. Cabe resaltar, no obstante, que el 31% de los recursos permite una comunicación más descentralizada y democrática, lo que hemos definido como horizontal, muy propia del modelo femenino de gestión de la información y la comunicación.

FIGURA 4

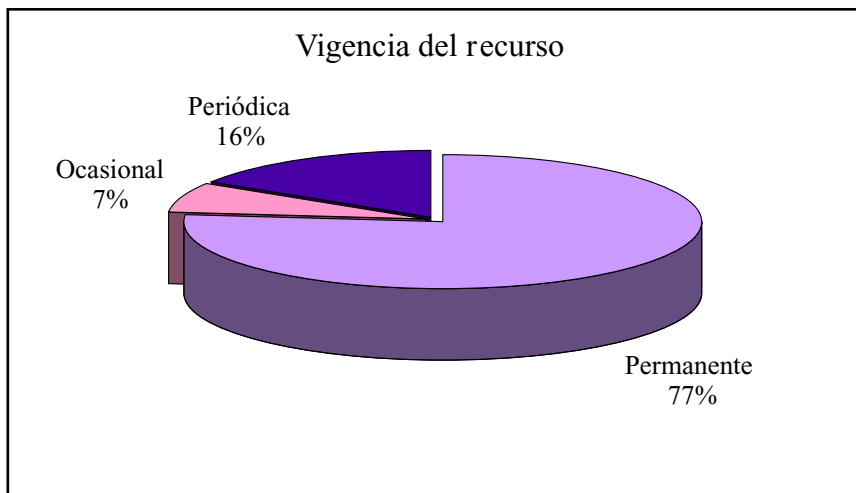


D. Vigencia de los recursos

En cuanto a la permanencia de los recursos, el 77% de estos son permanentes y se encuentran en la estructura fija de la página, si bien existe un 16% de estos que son periódicos. En estos últimos podemos encontrar los comités de trabajo o llamados especiales para convocatorias específicas. En cuanto a los recursos ocasionales (7%) normalmente aparecen en referencia a algunos contenidos concretos dentro de un recurso que es permanente o periódico. (Figura 5)

Esta permanencia de los recursos nos permite afirmar que estas páginas fueron creadas con una visión a largo plazo o bien se han ido estabilizando a lo largo del tiempo. En ambos casos, resulta muy congruente con la imagen de la red como herramienta de gran potencial para el empoderamiento femenino. Esta filosofía implica un plan a largo plazo desarrollado con vocación de permanencia y de uso de la red como plataforma para la participación social y el empoderamiento individual y no como una actividad de ‘moda’.

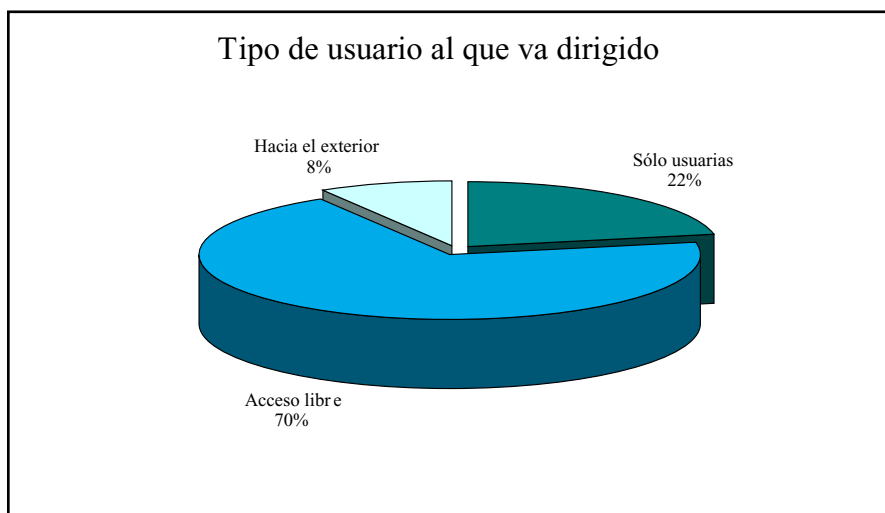
FIGURA 5



E. A quién se dirigen los recursos

Para cerrar esta descripción nos referiremos al tipo de usuario al que se dirigen estos recursos (figura 6). A pesar de ser organizaciones creadas por y para las mujeres, cabe destacar que en el 70% de los casos los recursos son de acceso libre y gratuito para todo el público en general. Sólo una pequeña parte de estos recursos, 8%, se dirigen a los miembros registrados de las organizaciones. Estos datos confirman la apertura y el objetivo de permear a toda la sociedad de cibernautas, sin restricciones específicas. De igual forma, un 22% de los recursos están dirigidos a usuarios fuera de la red. Entre estos grupos cabe mencionar las interacciones con los organismos e instituciones públicas / gubernamentales y los medios de comunicación.

FIGURA 6



CONSIDERACIONES FINALES Y POSIBLES ÁMBITOS DE INVESTIGACIÓN FUTURA.

Los seis casos analizados representan claramente el ejemplo de comunidades virtuales de mujeres creadas y desarrolladas para el intercambio de información y comunicación con un objetivo de cambio social. Todas ellas ofrecen a las internautas las herramientas necesarias para la participación social.

En la actualidad las posibilidades de Internet son amplias y variadas. En los casos analizados hemos podido comprobar que son variados los recursos ofrecidos (centros de documentación, e-mail, foros y listas de distribución,...), y que existen posibilidades de intervención usuaria-proveedor. Desde este punto de vista, podemos afirmar que las páginas reúnen las condiciones necesarias para ser espacios de intervención social. Además, la red provee de las posibilidades y los grupos de mujeres las están aprovechando para cambiar su posición en la sociedad. Internet no sólo les ha permitido acceder a más y mejor información sino también al intercambio de experiencias dentro y fuera de sus fronteras geográficas.

La inversión y el esfuerzo en la creación de cada página web es un claro ejemplo de lo que pueden hacer las mujeres gracias a Internet. Las páginas web analizadas no son sólo propuestas de plataformas informativas sino sobre todo estrategias para la intervención social en problemas directamente relacionados con la mujer. Desde su presencia en los medios (CIMAC), la lucha contra el SIDA en Sudáfrica (Women's Net), el trabajo para la creación de leyes que protejan a las mujeres (Mujeres en red), hasta el trabajo de las mujeres como miembros de una sociedad global (FFQ).

Es cierto que aún son varias las dificultades que quedan por superar, relacionadas con un mejor aprovechamiento de las posibilidades que ofrecen las tecnologías. También podemos afirmar que estas limitaciones están más relacionadas con la falta de recursos que con la falta de intenciones. Creemos que existe una auténtica apreciación en estos grupos de mujeres de la

importancia de Internet como herramienta para la interacción entre mujeres y que mucho del trabajo que están realizando es posible gracias al uso de estas tecnologías, por eso el esfuerzo se centra en multiplicar estas acciones y en acercar Internet a todo tipo de grupos de mujeres como forma de superar la brecha de género.

Como investigadoras creemos que este trabajo abre las puertas a futuras investigaciones sobre las mujeres y el uso de Internet. Nosotras mismas estamos interesadas en ampliar nuestra investigación a grupos y países menos favorecidos y a comunidades más aisladas, para averiguar cuál es la situación de trabajo de estos grupos. Creemos que las posibilidades son muchas pero la brecha digital es quizás uno de los mayores frenos para el desarrollo de experiencias como las analizadas en este trabajo. Nos parece de especial interés analizar los posibles ejemplos de mujeres que a pesar de estas dificultades hayan podido hacer de Internet un altavoz para sus demandas.

Esta investigación es un buen ejemplo de lo que pueden hacer los grupos de mujeres cuando utilizan tecnologías de información, más allá de las restricciones que impone la brecha digital o de género. Todas las páginas web analizadas son una prueba de lo que hacen las mujeres para que su ‘voz sea escuchada’ y para ayudar a otras mujeres en la búsqueda del empoderamiento.

BIBLIOGRAFÍA

- BARRANQUERO, A. (2003). “El nuevo pensamiento feminista en la red: información, gestión y participación.” Ponencia presentada en la ‘IV Bienal Iberoamericana de Comunicación’. Disponible en Internet: <http://www.saladeprensa.org/art498.htm>
- BORG, Anita. “Why Systems?” *Computing Research news*, January 2003. <http://www.cra.org/main/cra.pubs.html>
- BRAIDOTTI, Rossi. (1996) “Cyberfeminism with a difference.” En *New Formations*, no. 29, Autumn, 9-25. Disponible en Internet: http://www.let.uu.nl/womens_studies/rosi/cyberfem.htm
- BRAYTON, Jennifer (1997). “Cyberfeminism as a new theory.” Disponible en Internet: <http://www.unb.ca/web/PAR-L/win/cyberfem.htm#cyberfemin>
- BURKLE, Martha (2003). “Technology has forgotten them: Developing-world women and new information technologies.” In Judy Malloy (ed) *Women, Art and Technology*. MIT Press.
- BURKLE, Martha (1998). *Mujeres e Internet: Búsqueda de nuevos espacios sociales*. UNESCO, Mexico. Unpublished MA dissertation.
- CASTELLS, M. (2000). *The rise of the Network society*. Oxford: Blackwell Publishers.
- COCKBURN, Cynthia & FURST, Ruza (1994). *Bringing technology home*. Buckingham: Open University Press.
- COCKBURN, Cynthia & ORMROD, Susan (1993). *Gender and Technology in the making*. London: Sage.
- FALLON, Helen (1998) *WOW - Women on the Web: A guide to Gender Related Resources on the Internet*. Second Edition. Dublin: Women’s Education Research and Resource Centre University College.
- FERNANDEZ, Maria (2002). “Is cyberfeminism color blind?” Disponible en Internet: <http://www.artwomen.org/cyberfems/fernandez/fernandez1-main.htm>

- FRANQUET, Rosa (1998). "La mujer en el hogar Tecnológico." *Razón y Palabra* n°. 9, Noviembre - Enero 1997-1998. Disponible en Internet: http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n9/mujer.htm#*
- FRENKEL, Karen (1991) "Women and computing." Disponible en Internet: <http://www.cpsr.org/cpsr/gender/frenkel.cacm.womcomp>
- HARAWAY, Donna (1991). *Simians, Cybors, and women. The reinvention of nature*. New York: Routledge.
- HERRING, Susan (1996). "Gender and Ethics in CMC." In Charles, Eds (Ed). *Philosophical perspectives on computer-mediated communication*. New York: Sunny.
- KENDALL, Lori (1999) "Recontextualizing Cyberspace: Methodological Considerations for On-line Research." in *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*, (ed) Steve Jones, pp. 57-75. Thousand Oaks: Sage Publications.
- KENNEDY, Tracy (2000) "Women and the Internet. An exploratory study of feminist experiences in Cyberspace." Disponible en Internet: <http://www.netwomen.ca/research/introduction.htm>
- LOADER, B. (1997) *The Governance of Cyberspace: Politics, technology and global restructuring*. (ed Brian D. Loader) London: Routledge.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1998). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México. Ediciones Gustavo Gilli.
- PLANT, Sadie. (1996). "On the Matrix: Cyberfeminism Simulations". En Rob Shields (Ed.) *Cultures of the Internet: Virtual Spaces, Real Histories, Living Bodies*. London: Sage Publications.
- . (1997). *Zeroes + Ones: Digital Women and the New Technoculture*. New York: Doubleday.
- SHADE, L., We, G. (1993) "The Gender of Cyberspace". Publicación electrónica Business Journal, 1(2), pp. 12-13.
- SIMMONS, Susan (1996) "Democracy, Women and the Internet." Disponible en Internet: <http://www.techbabes.com/zine/24hoursSusan.html>
- SPENDER, Dale. (1995). *Nattering on the Net: Women, Power and Cyberspace*. Toronto:Garmond Press.
- TANNEN, Deborah (1994) "GenderGap in Cyberspace" En *Newsweek*, Mayo, pp. 40- 41.
- WAJCMAN, Judy (2004). *TechnoFeminism*. Polity Press.
- . (1999). *The social shaping of technology*. Open University Press.
- WINTER, Debra; Huff Chuck (1996). "Adapting the Internet: Comments from a Women-Only Electronic Forum" En *The American Sociologist*. 27,1 Spring, 30-54.

NOTAS.

1. If there is an imbalance in the contribution by gender to the sciences generally, it must be mitigated by the fact that the historically women's lack of access to education has barred their progress in these particular fields. For example in the fields of science and medicine in the UK, women were not legally allowed to attend University for these courses (or any courses) until well into the 20th Century!!!!” (Fallon, 1998:9)
2. La traducción es de las investigadoras
3. Traducción de las investigadoras
4. Traducción de las investigadoras
5. Sólo con la excepción de la página web de la India, donde fue imposible encontrar una página web privada o vinculada a una organización civil.