

# Mujeres en la Web 2.0: propuestas para su inclusión digital

## **Patricia Hernández-Salazar**

Doutora em Ciências de la Información pela Universidad Complutense de Madrid – Madrid, Espanha.  
Professora e Coordenadora do Posgrado en Bibliotecología y Estudios de la Información da Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Investigadora do Instituto de Investigaciones Bibliotecólogas y de la Información da Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), México.  
[http://www.filos.unam.mx/LICENCIATURA/bibliotecologia/2/?page\\_id=139](http://www.filos.unam.mx/LICENCIATURA/bibliotecologia/2/?page_id=139)  
*E-mail:* phs75599@servidor.unam.mx

## **Ma. del Carmen Hernández-Salazar**

Doutora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid.  
Professora da Universidad Intercontinental e Universidad Victoria. Docente y Asesora en línea en la Universidad Abierta y a Distancia de México y la Universidad Tecnológica de México.  
<http://morgridge.du.edu/staff-members/maria-del-carmen-salazar/>  
*E-mail:* hscarmen@gmail.com

Submetido em: 16/03/2017. Aprobado em: 26/07/2017. Publicado em: 10/11/20177.

## **RESUMEN**

El presente artículo persigue dos objetivos principales: identificar el papel que juegan las mujeres en el entorno digital Web 2.0, y a la vista de esta situación proponer alternativas para regularla y apoyar en la formación de habilidades digitales. Para cubrir estos objetivos el documento está conformado por cinco apartados: Feminismo, en el que se presenta un panorama de este movimiento y su importancia como detonador para el uso de Internet y la Web 2.0; Tecnologías de información y comunicación y problemas de género, se describen tres herramientas tecnológicas Internet, la WWW y la Web 2.0 para relacionarlas con el uso por mujeres; Consumo y creación femenina en la Web 2.0, se toca la prevalencia al acceso de sitios y redes se argumenta la poca producción de las mujeres en estos espacios virtuales; Propuestas para la inclusión digital de género, aparecen estrategias para regular la presencia de la perspectiva de género en las TIC y la formación en el desarrollo de habilidades para promover la generación de contenidos por parte de las mujeres; y un apartado de Conclusiones.

**Palabras clave:** Mujeres. Web 2.0. Creación de contenidos. Habilidades digitales para mujeres.

## **Mulheres na Web 2.0: propostas para sua inclusão digital**

### **RESUMO**

*O presente artigo persegue dois objetivos principais: identificar o papel que as mulheres desempenham no ambiente digital Web 2.0 e, em vista dessa situação, propor alternativas para regulá-lo e apoiar a formação de habilidades digitais. Para cobrir esses objetivos, o documento é composto por cinco seções: o feminismo, que apresenta uma visão geral desse movimento e sua importância como detonador para o uso da Internet e da Web 2.0; Tecnologias de informação e comunicação e questões de gênero, três ferramentas tecnológicas são descritas Internet, WWW e Web 2.0 para relacioná-las ao uso por mulheres; O consumo ea criação de mulheres na Web 2.0, afetando a prevalência de acesso a sites e redes argumenta a baixa produção de mulheres nesses espaços virtuais, As propostas de inclusão digital de gênero incluem estratégias para regular a presença da perspectiva de gênero nas TIC e treinamento no desenvolvimento de habilidades para promover a geração de conteúdo pelas mulheres; e uma seção de Conclusões.*

**Palavras chave:** Mulheres; Web 2.0; Criação de conteúdos; Competências digitais para mulheres.

## **Women on the Web 2.0: digital inclusion proposals**

### **ABSTRACT**

*The present article has two main objectives to identify the role of women in the digital environment Web 2.0, and in view of this situation propose alternatives to regulate and support the formation of digital skills. To cover these objectives the document is made up of five sections: Feminism, which presents an overview of this movement and its importance as a detonator for the use of the Internet and Web 2.0; Information and communication technologies and gender issues, three technological tools are described Internet, the WWW and Web 2.0 and relate them to the use by women; Consumption and female creation in Web 2.0, touching the prevalence of access to sites and networks arguing the low production of women in these virtual spaces; Proposals for digital inclusion include strategies to regulate the presence of a gender perspective in ICTs and the training in digital skills to promote the generation of content by women; and some Conclusions.*

**Keywords:** Women. Web 2.0. Content creation. Digital skills for women.

*“La igualdad de género no es sólo la meta, significa alcanzar otras metas dentro de una agenda global”*

**Phumzile Mlambo-Ngcuka**

## INTRODUCCIÓN

En 1989 Tim Berners-Lee propone la creación del espacio tecnológico denominado World Wide Web (W<sup>3</sup>) o simplemente *La Web*, para resolver un problema de pérdida, organización y acceso a la información, creado por la incompatibilidad de las plataformas en las que estaba almacenada la información, esto volvía muy tortuoso el camino para buscar información. Diseñó un hipertexto que permitiera conectar múltiples recursos, para posteriormente buscarlos y recuperarlos de una manera ágil. Toda vez que este sistema hipertextual de navegación se implementó se vieron sus cualidades, como una herramienta de búsqueda muy potente.

Posteriormente Tim O'Reilly crea la Web 2.0, esta herramienta además de permitir el acceso a una infinidad de recursos, adiciona la posibilidad de generar contenidos en forma colaborativa. Se privilegia la interacción entre las personas de todas las latitudes para generar nuevas ideas y socializarlas: comparten, escriben, editan, comentan y obtienen un producto colectivo, que es comunicado de forma inmediata.

Diversas comunidades ya están en esta ruta de crear y recrear productos con las herramientas Web 2.0, sin embargo, existen comunidades que por su desarrollo histórico, cultural y social no han podido integrarse del todo, tal es el caso de las mujeres, quienes dentro de las instancias de planeación internacional se han considerado como comunidades vulnerables, lo que se evidencia con el análisis del feminismo y la perspectiva de género. Surgen las siguientes interrogantes: ¿las mujeres tienen acceso a la Web 2.0? ¿solamente buscan y recuperan/consumen lo que allí se encuentra? ¿están integradas a la nueva forma de generación de contenidos promovida por la Web 2.0?

Para dar respuesta a estos cuestionamientos (y otros que seguramente surgirán en el camino) el presente artículo tiene por objetivos identificar el papel que

juegan las mujeres en el entorno digital Web 2.0, y proponer alternativas de regulación y apoyo en la formación de habilidades digitales dirigidas a mujeres.

## FEMINISMO

Los temas de tecnologías y mujeres se han abordado desde los años setenta, en general adosados al movimiento feminista, por lo que se requiere examinar la evolución de este movimiento y la percepción de ser el ideal que ha promovido el acceso de las mujeres a las tecnologías en general y en especial a las de información y comunicación (TIC).

El origen del feminismo puede ubicarse en diferentes momentos, aquí se retoma la idea de la mujer como par intelectual del hombre, cuyas aptitudes para leer, comprender y escribir son totalmente equiparables. Precisamente la adecuada explotación de las TIC tiene una relación directa con procesos mentales que conllevan dichas aptitudes. De acuerdo con esto se consideran tres grandes momentos históricos del feminismo.

## PRIMERAS PENSADORAS

En el SXV surge un debate para rebatir las ideas de la época, que establecían la superioridad del hombre sobre la mujer, denominado *querelle des femmes* (la querrela de las mujeres), la elección del término no es casuística una querrela es tanto un sentimiento doloroso como una disputa o discordia (*Diccionario de la Lengua Española*. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=Une2Fv2>. Consulta: 8 de noviembre, 2016). Esta disputa se origina ante la misoginia que prevalecía en esa época, y para contrarrestar el poder que ejercía el hombre apoyado en la familia y la religión. La mujer era vista como un ser estereotipado con una moral cuestionable, se asociaba con la idea religiosa de impureza, tentación, y pecado, y con una capacidad intelectual nula o para no ser extremista mínima. El grupo letrado femenino, generó diversos textos en su defensa, para demostrar la capacidad intelectual de las mujeres y tratar de abatir la opresión que los hombres ejercían sobre las mujeres. Este grupo estuvo conformado por mujeres de un nivel socioeconómico de medio a alto, hijas o esposas de hombres intelectuales.

El argumento básico fue que la diferencia entre hombres y mujeres era por una formación cultural y aceptación social de dicha formación, y que esta supuesta diferencia agravaba la condición femenina, de lo que deriva la idea de género; otra aportación significativa fue que la humanidad se concibiera en forma genérica. Cabe aclarar que estas pensadoras no se visualizaron como feministas, emplearon el término como forma lingüística, y su intención no fue ser un movimiento transformador de la situación social prevaleciente, sin embargo, sus escritos, las ideas y conceptos vertidos en ellos, se consideran como el primer marco teórico feminista. (Kelly, 1982. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/3173479> Consulta: 10 de febrero, 2017). Este debate duró casi 300 años, y la contraparte inglesa lo denominó *the woman question*.

En esta etapa sobresalen al menos dos características que condicionan a las mujeres para poder participar social, política y culturalmente: su formación en lectura y escritura suficiente para comprender los textos, asimilarlos y posteriormente rebatirlos con argumentos fundamentados y bien escritos; y una posición económica suficiente para haber adquirido dicha formación.

## LAS SUFRAGISTAS

Este ya es un movimiento político social organizado, de corte jurídico, creado por grupos de mujeres que buscaban el derecho al voto, la posibilidad de elegir a los sujetos que dirigen los asuntos políticos, económicos y sociales de un país y que representarían a los ciudadanos. Si bien se desarrolla a mediados del siglo XIX, las causas que lo originan comienzan con la Revolución Francesa, acaecida en el SXVIII. Al inicio de esta Revolución se publica la Declaración de los Derechos de los Hombres y los Ciudadanos, aprobada en 1789 por la Asamblea Nacional de Francia, en este documento se establecen 17 artículos entre los que destacan:

1. Los hombres nacieron y permanecen libres y con igualdad de derechos [...] 11. La libre comunicación de ideas y opiniones es uno de los más preciados derechos de los hombres. Cada ciudadano puede hablar, escribir e imprimir con libertad, [...] 15. La Sociedad tiene el derecho de requerir de cada agente público cuentas de su administración. (Disponible en: <http://www.hrcr.org/docs/frenchdec.html> Consulta: 8 de enero, 2017)

Se evidencia la igualdad entre todos los ciudadanos de un país, para ser libres y tener los mismos derechos, para expresarse y pedir cuentas a los políticos, sin embargo, se hace una división por género, los derechos de las mujeres se subordinaban a lo que determinarían los hombres, esto creó un gran descontento femenino lo que culminó con el movimiento de las mujeres sufragistas. Es posible inferir que el derecho al voto implicaba el acceso a la información que les permitiera decidir, con lo que se refuerza la limitante de género en ámbitos intelectuales, en este caso de orden político.

El artículo 11 incide en la libre comunicación de ideas y opiniones, para lograr esto resulta imprescindible contar con los conocimientos y aptitudes para ejercer las funciones arriba citadas, el habla y la escritura, las cuales se desarrollan sólo mediante la educación, tan alejada de las mujeres en esa época (y nos atrevemos a afirmar que en pleno siglo XXI también).

Las sufragistas sientan las bases del feminismo, puesto que durante este movimiento aparece ya el término francés *féminisme*, al cual se le da la connotación de emancipación de las mujeres y sus luchas, la intención fue cambiar la situación de las mujeres (Offen, 1988, pp. 126-128). Al igual que en el periodo anterior las activistas pertenecieron a la clase media, en este caso obrera, con un nivel educativo que les permitió exigir y esgrimir argumentos para lograr el voto, y los privilegios que venían aparejados, derecho a: la familia, asistencia a escuelas superiores, reforma moral, e independencia económica. Esta corriente continúa hasta principios del siglo XX en diversos países como el Reino Unido, Estados Unidos de América y algunos de América Latina como Argentina. A pesar que se ganó el derecho, siguió la discriminación, por ejemplo, en el Reino Unido se logró en 1918, en ese entonces para ejercer el voto activo<sup>1</sup> se exigía que fueran *mayores de treinta años (para el pasivo<sup>2</sup>, mayores de veintiuno) y estar casadas con un hombre con derecho a voto, ser cabeza de familia o poseer un título universitario* (Rodríguez Palol, 2008, p. 1175. Disponible en: <http://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/9086> Consulta: 22 de febrero, 2017).

<sup>1</sup> Es el voto ejercido directamente durante elecciones públicas.

<sup>2</sup> Se refiere a la posibilidad de postularse como candidato, sin poder ejercer el voto.

*Época contemporánea.* Comienza en la década de los sesenta, con el desarrollo de diversos eventos cuyo tema nuclear fue el empoderamiento de las mujeres y el aumento de la conciencia en asuntos o problemas de género. Se persiguen diversos ideales: aumento en la igualdad en todos los niveles tanto en la vida privada (educativa, familiar), como pública (escolar, política, económico/laboral, social); liberación de la mujer; y denuncia de cualquier forma de violencia. Se reiteran las características de privilegio, nivel socioeconómico y educativo alto, sin éstas es difícil que se generen proclamas y argumentos válidos para la sociedad en general. A partir del gran desarrollo que las TIC han tenido, a partir de 1990, ha sobresalido de manera constante el problema del acceso y la falta de presencia femenina en la producción de contenidos.

## **TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y PROBLEMAS DE GÉNERO**

Del examen del desarrollo histórico del feminismo, podemos derivar una primera situación problemática, la carga social que las mujeres tienen que remontar para lograr la igualdad, cuyo primer estadio debiera ser la paridad intelectual, la cual remite a cuestiones de acceso a la educación o formación que promueva los procesos cognitivos necesarios para leer, entender lo escrito, asimilarlo, acomodarlo en su cadena de conocimientos, transformarlo y comunicarlo.

Las formas de crear, registrar y comunicar ideas se ha transformado a partir de los grandes avances en las tecnologías que las soportan y difunden, la computación y las telecomunicaciones, fusionadas en las denominada TIC. Al principio fue Internet, se crea a finales de la década de los sesenta del siglo pasado, por iniciativa de instituciones de educación superior, su nombre corresponde a la abreviatura de los términos Interconnected Networks, lo que da idea exacta de su esencia, integrar datos, conectar redes de datos, programas y equipos informáticos para lograr un primer nivel de intercambio de información. Cabe la pregunta ¿por qué un primer nivel? Si bien transformó la generación, registro, y almacenamiento

de datos, su transferencia y compartición resultaba complicada por la diversidad de plataformas que se utilizaban y su incompatibilidad.

Problema que Tim Berners-Lee y Robert Cailliau enfrentan al interior del Consejo Europeo para la Investigación Nuclear (CERN, por las siglas de Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire), y que resuelven con la creación de un sistema denominado World Wide Web (WWW) a principios de los noventa, su objetivo fue que:

Los textos estén enlazados juntos de tal manera que se pueda ir de un concepto a otro para encontrar la información que uno quiera. La red de enlaces es llamada red. La red no necesita ser jerárquica, y por lo tanto no es necesario “trepar un árbol” y recorrer todo el camino otra vez antes de bajar a un diferente tema que esté relacionado.. [...] Los textos son conocidos como nodos. El proceso de acción de nodo en nodo es llamado navegación. Los nodos no necesitan estar en la misma máquina: los enlaces pueden tener puntos a través de los límites de las máquinas. (Berners-Lee, Cailliau, 1990, p. 3 Disponible en: <http://www.w3.org/Proposal.html> Consulta: 13 de diciembre, 2016)

Además de los textos se pudieron enlazar imágenes, figuras, películas, sonido, y animación, lo que se llama hipermedia, como ampliación de la idea de hipertexto, es decir, direcciones, o espacios digitales con el fin de intercambiar la información contenida en ella.

La W<sup>3</sup> (como también se conoce) representa un segundo nivel en el desarrollo de las TIC, ya que permite una cabal interconexión e intercambio de información, su principal característica fue:

[...] provee una infraestructura básica para acceder a información. Todas las clases de herramientas de indización, búsqueda, filtrado y análisis [...] aplicadas para todos los dominios de datos (Berners-Lee, Cailliau, Groff, & Pollermann, 1992, p. 53. Disponible en: [http://www.emeraldgroupublishing.com/products/backfiles/pdf/backfiles\\_sample\\_5.pdf](http://www.emeraldgroupublishing.com/products/backfiles/pdf/backfiles_sample_5.pdf) Consulta: 15 de diciembre 2016).

Es una herramienta poderosa para buscar y recuperar información y lograr un acceso casi universal a todo tipo de datos, ¿por qué el casi? Entran aquí dos aspectos básicos para que esto se logre, es indispensable contar con la infraestructura



tecnológica (elemento socioeconómico) y la formación para lograrlo (elemento educativo). Promueve en mayor medida el consumo de información y en muy bajo nivel la creación, ya que la generación, organización y control de la información lo realizan grupos de expertos: especialistas de la información, ingenieros y expertos que apoyan en la elaboración de los contenidos.

El último estadio de las TIC que se tocará es la Web 2.0, espacio electrónico creado por Tim O'Reilly en el inicio del siglo XXI, el propio O'Reilly (2005) explica sus principios, aquí se retoman los que más conciernen:

1. La Web como plataforma en la que se integra además de la información interconectada, servicios de información. Se crean motores de búsqueda, dirigidos por programas manejadores de bases de datos.
2. Aprovechamiento de la inteligencia colectiva. Se afianza la idea de la WWW de reunir el conocimiento colectivo sin restricciones, sólo que ahora este conocimiento es un producto colectivo. Este principio representa una de las principales características de la Web 2.0, como plataforma para que cualquier usuario/persona genere contenidos de forma colaborativa (o no) y sean comunicados directamente.
3. Los datos son la próxima inteligencia interna. Nadie y todos son los dueños de los datos, nadie porque la intención de servicio permea en todos los interesados en crear contenidos y todos porque la mayor parte de la información es de acceso libre.
4. Enriquecimiento con las experiencias de los usuarios. Diseño de aplicaciones integrales que cuentan con interfaces accesibles, que permiten la interactividad, el trabajo colaborativo, la cooperación, la discusión y la posibilidad de crear redes, lo que aumenta los productos y servicios de manera exponencial. Sobresale la importancia de los usuarios como creadores de contenidos, y no sólo como consumidores de información. (O'Reilly, 2005)

Con este recorrido sucinto se pueden apreciar las

grandes posibilidades que potencialmente ofrece la Web 2.0 a las mujeres: posibilidad de promover cambios (tan buscados por las mujeres), lograr su emancipación e igualdad, y su visibilización, de aquí el marcado interés de estas comunidades por vincularlas a sus movimientos. Desde las primeras décadas del feminismo contemporáneo, se crearon redes de comunicación, primero de forma personal, luego mediante las TIC.

El proyecto inicial de red electrónica fue el Programa Apoyo a Redes de Mujeres, y se desarrolló como una subsección de la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC)<sup>3</sup>, en 1992. La APCPARM integra representantes institucionales (organizaciones de mujeres), redes de medios, o individuales (personal de organizaciones o redes), la condición es que todas:

[...] son activistas; ya sea desde el punto de vista político o personal: estas mujeres trabajan, a través de acciones (ya sea concientización, capacitación, cabildeo, trabajo de campañas, organización de talleres o a través de la escritura) para exponer las injusticias a las que se enfrenta la gente (y en la mayoría de los casos específicamente las mujeres) y la lucha que lideran para corregir dichas injusticias. Muchos de los miembros trabajan en áreas tales como derechos humanos, derechos de la salud y reproducción de las mujeres, violencia contra las mujeres, las mujeres y los conflictos armados y el fortalecimiento económico de la mujer. (Disponible en: <https://www.apc.org/node/10355> Consulta: 10 de diciembre, 2016)

La línea temática es la misma que en los primeros años del activismo feminista, y las intenciones también, sólo que ahora en un ambiente electrónico. El camino para su creación fue difícil, se requirió de apoyo de las instancias ya integradas a la APC que no veían la utilidad de crear este programa, opinaban

---

<sup>3</sup> Asociación sin fines de lucro creada en 1990, con alcance nacional, regional y mundial, que reúne varias redes internacionales cuya vocación es *asegurar que internet sirva a los intereses y necesidades de la sociedad civil global*. Cabe destacar que la APC cuenta con un programa denominado Políticas de Información y Comunicación que promueve el establecimiento de políticas emanadas de las instancias pertinentes en cada país, con el fin de evitar las hegemonías de Estados Unidos de América o de países europeos en materia de acceso a la información. (Disponible en: <https://www.apc.org/es/es/about/history> Consulta: 10 de diciembre, 2016)

que la marginación no iba a disminuir por la apropiación del espacio tecnológico. Este programa se vio ampliamente favorecido con la visibilidad que tuvo la APC durante el evento internacional que evidenció la importancia de las TIC como base para el empoderamiento de las mujeres, la Cuarta Conferencia Mundial sobre Mujeres, realizada en Beijing China, en septiembre de 1995, promovida por la sección de Mujeres de la Organización de las Naciones Unidas (ONU, United Nations-UN). En este evento se dieron cita representantes de 189 naciones y asistieron alrededor de 30,000 personas, como producto se elaboró el documento *Beijing Declaration and Platform for Action*, en diferentes partes del documento aparecen alusiones al acceso igualitario a la: ciencia, tecnología, información, y comunicación. Integra 12 *áreas críticas*, con varios objetivos y acciones estratégicas cada uno, sobresale lo expresado en el área crítica J. Mujeres y los medios, allí aparece la estrategia 237, que establece:

Las mujeres deberían empoderarse al enriquecer sus habilidades, conocimiento y acceso a la tecnología de información. Esto fortalecerá su habilidad para combatir las representaciones negativas de mujeres que existen a nivel internacional y enfrentar las situaciones de abuso del poder [...] La mayoría de mujeres, especialmente en países desarrollados, no son capaces de acceder efectivamente a las carreteras de información electrónica y por lo tanto no pueden establecer redes que les provean alternativas de recursos de información. (Disponible en: <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20E.pdf> Consulta: 24 de noviembre, 2016, p. 99)

Para resolver esta situación problemática, recomiendan varias acciones dirigidas a los gobiernos, en las que aparece una marcada intención de:

- (f) Alentar y reconocer las redes de medios de mujeres, incluidas las redes electrónicas u otras nuevas tecnologías de comunicación, como medio para la diseminación de información e intercambio de puntos de vista [...]
- (a) Alentar el desarrollo de programas educativos y de entrenamiento para mujeres con el fin de producir información para los medios masivos de comunicación, incluyendo financiamiento [...] para el uso de nuevas tecnologías de comunicación, espacios cibernéticos y satélite [...] (Disponible en: <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20E.pdf> Consulta: 24 de noviembre, 2016, p. 100 y 101)

Estas citas ponen de relieve que para la ONU la relación entre las mujeres y las TIC es una prioridad. Esta primera declaración ha tenido seguimientos cada cinco años, en Beijing+15 se encontró que si bien ha aumentado la actuación de las mujeres en los medios, el uso intensivo de TIC no se ha alcanzado por los siguientes obstáculos:

- Es difícil obtener datos estadísticos sobre el tema, porque los datos no se presentan por indicadores de género.
- Aumento de imágenes negativas, degradantes y violentas de las mujeres. Con la agravante de una difusión masiva.
- Inequidad en el acceso a las TIC. Originada por varias causas: analfabetismo (escritura y lectura); carencia de infraestructura tecnológica; inseguridad; falta de contenidos que promuevan los beneficios de la explotación de estas herramientas; y barreras lingüísticas. (Disponible en: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N09/637/20/PDF/N0963720.pdf?OpenElement> Consulta: 12 de enero, 2017).

No es casual la falta de estadísticas de género, esto posibilita que la preocupación no sea tan grande como para abatir las desigualdades, aunque ya existe la filial ONU MUJERES, que ha intentado apoyar la recopilación de datos de género no se ha logrado cubrir este rezago informativo.

Los problemas de acceso a las TIC crearon un fenómeno denominado brecha digital<sup>4</sup>, las condiciones de desigualdad de género acrecentó el problema y apareció la brecha de género, que marca la diferencia de uso de las TIC entre hombres y mujeres, además de aspectos como infraestructura y educación, se considera el problema social de percibir estas herramientas electrónicas como dominio masculino, sobretudo la producción, organización y administración de los productos y servicios, lo que no está muy alejado de la realidad,

<sup>4</sup> Se refiere a la imposibilidad de acceder a las tecnologías de información y comunicación, las causas están relacionadas con aspectos educativos (falta de habilidades digitales) y socioeconómicos (carencia de infraestructura tecnológica) y puede ser de corte personal o institucional y de nivel nacional o regional.

por el estigma ancestral de la incapacidad intelectual para entenderlos, las mujeres que las explotan intensivamente son vistas como masculinizadas, de hecho carreras relacionadas con programación, computación, robótica y mecatrónica tienen una baja presencia femenina. La brecha de género está íntimamente asociada con los siguientes factores: alfabetización, el desarrollo de las habilidades de lectura y escritura, que desembocan en la carencia de habilidades digitales; nivel máximo de estudios, entre más estudios mayor uso; profesión; nivel cultural; nivel socio-económico; edad; y actividad principal. Esto refuerza las características que promueven la marginación de género. (Rodríguez Gallardo, 2008)

Pero ¿qué está pasando en la Web 2.0? Si con Internet aparecen problemas de uso efectivo, la Web 2.0 los acrecienta, si no es posible o no se quiere acceder, menos se crearán contenidos en forma interactiva y colaborativa desde y para la plataforma tecnológica. Existe poca información sobre la situación del uso de herramientas electrónicas en redes desde una perspectiva de género, algunos estudios demuestran diferencias de acuerdo con las siguientes variables:

- Acceso. A nivel mundial continua la prevalencia de un mayor uso de Internet por los hombres, 51.1 contra un 44.9 de mujeres.
- La brecha de género ha aumentado de 11% en 2013 a 12.2% en 2016. Varía de acuerdo con las regiones, la más alta es en África que subió de 20.7% a 23.0%, en América es la menor tasa, sin embargo también aumentó de 0.4% a 1.8%, en Asia, Europa y los Estados Independientes de la Commonwealth disminuyó. (*ICT facts and figures 2016*. Disponible en: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2016.pdf>) Consulta: 12 de febrero, 2017)
- Tiempo de conexión. Las mujeres permanecen menos tiempo.
- Tipo de uso: hombres: descarga de música, películas y software, ocio, creación de contenidos (páginas, sitios), operaciones bancarias; mujeres: educación, salud o servicios públicos.
- Habilidades digitales: mayores en los hombres.

- Tipo de actividad. El estrato que menos las usa son los jubilados y las amas de casa.

Como es posible observar el uso de Internet presenta una diferencia no tan marcada entre hombres y mujeres, lo que se proyecta al uso de la Web 2.0. Habrá que precisar el uso que les dan las mujeres, simplemente consumen lo que existe o están entrando de lleno a la creación de contenidos a pesar de la brecha de género.

## CONSUMO Y CREACIÓN FEMENINA EN LA WEB 2.0

La plataforma Web 2.0 puede utilizarse de dos maneras principales, para acceder a recursos, productos y servicios o para generar contenidos. Cabe precisar el sentido de contenido, se entiende como cualquier entidad que se integra a un espacio dentro de la Web 2.0, puede ser de naturaleza variada: texto, imagen, sonido, video, o la combinación de ellos. La búsqueda y recuperación de alguna de estas entidades se considera consumo, y el diseño, elaboración o incorporación de entidades como creación de contenidos.

Es posible generar tipologías de acuerdo con el contexto temático o el tipo de uso que se tiene en mente al crearlo o consumirlo, tenemos entonces tantos tipos de contenidos como temas o eventuales utilidades existan, las tipologías estarán determinadas por los sujetos que los generen o consuman. Por ejemplo, el mapa de la ciudad de El Cairo, puede generarse y usarse con fines de aprendizaje o turísticos. A continuación trataremos de establecer si las mujeres consumen o crean contenidos.

Cuando hablamos de consumo femenino de información en la Web 2.0 es fácil pensar que las mujeres estamos ávidas de información y de proporcionar esa información, si bien no existe gran producción, sí la diseminamos. Según la historia, a las mujeres siempre se les ha dosificado la información pues en el mundo masculino nunca consideró conveniente proporcionarles ese poder, por lo que siempre ha sido más difícil para ellas obtenerla, tuvo que recurrir a estrategias como disfrazarse de hombre o recluirse a un convento para obtenerla a través de la educación que era exclusiva para los hombres.



Algunas estadísticas muestran que actualmente las mujeres en el rango de edad de la adolescencia, ocupan más tiempo usando las redes sociales que los hombres; las preferencias varían también por género, las mujeres las usan como medio de comunicación. (*Género y uso de las TIC*, 2012, p. 52).

La Web 2.0 ha posibilitado que las mujeres accedan a la información si bien con los mismos problemas de género, pueden tener acceso sin tanta censura pues se convierten en usuarias.

Uno de los casos para ejemplificar lo anterior es el uso de las redes sociales como el Facebook, las mujeres las usan más, 76% mujeres contra 66% hombres, también crean más posts (394 contra 254), poseen una o dos cuentas y se informan del quehacer de sus amigos y familiares, se comunican dando un me gusta, ya sea con un emoticon o fotografía y pocas veces publican opiniones sobre algún tema (Disponible en: <https://www.brandwatch.com/es/2016/03/redes-sociales-hombres-mujeres/> Consulta: 3 de enero, 2017). En el Facebook las mujeres pertenecen a diferentes grupos según sus afinidades y características, ya sea por edad, por interés temático, salud, tips para afrontar momentos específicos de la vida (embarazo, expatriado, lactancia, entre otros).

WhatsApp es otra red social muy usada por las mujeres para conocer gente, socializar o acompañar actividades escolares o de recreación de los hijos. Esta red ha sido muy popular entre género femenino por su facilidad de acceso, con sólo tener un teléfono inteligente se logra la comunicación y participación. Es un espacio en el que es posible considerar su actividad como creadora de contenidos, circunscritos al grupo.

Otra herramienta utilizada por mujeres en la Web 2.0 son los Blogs, en este caso las mujeres se suscriben para seguir y leer lo que el autor o autora escriben, convirtiéndose en fieles seguidoras. Casi nunca publican comentarios, las preferencias son moda, viajes, preparación de comida y decoración de interiores.

En las redes sociales se torna complejo identificar categóricamente el consumo o la creación de contenidos, si bien es cierto que las mujeres no aportan comentarios, es importante destacar que surgen *l@s Blogger*, personas que escriben sobre cierto tema y que gracias a sus seguidores crean tendencias y preferencias sobretodo en la moda, en este rubro las mujeres son las que más escriben y logran posicionarse mundialmente, lo que no sucede en otros temas. Incluso en países como Alemania entre adolescentes las mujeres son el mayor porcentaje de creadoras de blogs, sólo que los weblogs más leídos son los de los hombres, esto por el tipo de información que contienen, periodística o temas de interés social, otro factor puede ser la alianza masculina, ¿para qué leer blogs de mujeres si sólo hablan de moda, familia y salud?, temas resueltos para ellos. Surge la pregunta ¿por qué las mujeres no escriben sobre estos temas? (Carstensen, 2009). Una posible respuesta es por el miedo a la descalificación social y cultural, lo que deriva en su poca participación en medios masivos de comunicación.

Existen mujeres que han creados blogs con la finalidad de posicionar a la mujer y apuestan por estos sitios web, les enseñan a usar las tecnologías (*Iliana Crudu (Elena-Nicoleta*. Disponible en: <https://www.facebook.com/elenanicoletacy>; Consulta 10 de diciembre, 2016). En muchos casos estas mujeres tienen detrás una asociación o red de mujeres (*Girlsgoit*. Disponible en: <http://girlsgoit.org/>; *Womenteck: Asociación Mujer y Tecnología*. Disponible en: <http://www.womenteck.org/> Consulta: 22 de diciembre, 2016). También existen mujeres que además de tener su blog, editan, producen y dirigen su propia página web, Sthepanie Falla Aroche es un ejemplo de las pocas mujeres que en su blog, 120 segundos, escribe artículos sobre temas sociales y de formación en habilidades empresariales para mujeres, es co-editora de Maestros del Web. (Disponible en: <http://www.120segundos.com/> Consulta: 20 de enero, 2017)

En lo referente a los portales que alojan video, audio y fotografía, debemos comenzar con Instagram, las mujeres han repuntado en su uso, si bien al principio se suscribían para seguir tendencias de viajes y moda, actualmente son usuarias activas de otros temas. Del total de usuarios, las mujeres son más del 50%, no sólo dan el me gusta, crean sus propias fotografías. Este es un fenómeno a tomar en cuenta, con fotografías se atreven a publicar lo creado por ellas, pueden medir la aceptación y su popularidad con los me gusta que reciben y a la vez tienen la posibilidad de conocer gente. Las preferencias también son moda, belleza, viajes y decoración, las empresas ya utilizan este medio para hacer publicidad y están aprovechando la creatividad femenina de bloggeras que están poco a poco entrando al mundo de la creatividad tecnológica. En el caso de Instagram no sólo son consumidoras, también son creadoras de contenidos.

YouTube es otro de los sitios web que las mujeres están usando más, con un 46 % pues acceden para mirar sus programas de televisión favoritos, ya sea porque no los vieron en vivo o porque quieren volver a verlos. En cuanto a los temas preferidos son moda, maquillaje y cocina. Aparece una buena cantidad de videos generados por mujeres, y algunas series de comedia con enfoque de género, como *47 Secrets to A Younger You* creado por Laura Frenzer y Rohana Kenin (Disponible en: [www.47secretstoayoungeryou.com](http://www.47secretstoayoungeryou.com) Consulta: 4 de febrero, 2017), aunque sigue siendo un mercado laboral muy peleado por los hombres.

La aplicación Twitter con 140 caracteres dice mucho, también es una de las preferidas de las mujeres pues hay más del 60 % de usuarias. En esta red social la comunicación es a través de seguidores y seguidos y no existe la necesidad de mantener ningún contacto con las personas que sigues. Las mujeres usan Twitter, publican poco y cuando lo hacen es hablando sobre algo o sea no se limitan a reenviar información, algunas estadísticas muestran que los contenidos o respuestas sólo son creados por el 10% de la totalidad de usuarios (Piskorski, 2010). Aquí los temas varían tanto como por cada uno de los intereses que ellas tienen.

La Wikipedia resulta una herramienta interesante de analizar, la producción de artículos por mujeres es muy baja, de hecho existe la brecha de género en Wikipedia:

[...] se refiere a la poca cantidad de mujeres que editan páginas y artículos en comparación con la gran cantidad de varones que lo hacen, [...] de cada 100 editores, 91 de ellos son varones. De los 82 bibliotecarios o administradores que tenemos en la Wikipedia en español, solamente 8 son mujeres. La representación de mujeres en Wikipedia tiene una brecha de género mucho más alta que cualquier otra. (Bordoy, Disponible en: <http://www.wikimedia.org.ar/2015/07/08/a-que-llamamos-brecha-de-genero-en-wp/> Consulta: 7 de julio, 2016)

Esto genera un problema de falta de neutralidad, uno de los principios fundamentales de la Wikipedia. A manera de ejemplo, analicemos el número de biografías de mujeres publicadas, en 2016, en español de un total de 915, sólo hubo 189 (20.66%), en inglés desciende a 16.01%, para el alemán disminuye más con sólo 12.01%. (*Wikidata Human Gender Indicators (WHGI)*). Disponible en: <http://wikimujeres.wiki/2016/03/04/brecha-de-genero-en-la-wikipedia-una-manera-facil-de-comprobarlo/> Consulta: 2 de junio, 2016).

Otra aplicación son los juegos en línea, una de las empresas que produce este tipo de recurso Zynga nos dice que el 60% de usuarias (consumidoras) son mujeres, y aquí las usuarias son mayores de 55 años, porcentaje que seguramente disminuye en términos de producción. (*Mashable*). Disponible en: <http://mashable.com/2012/07/04/men-women-social-media/#WqBihZl0kqi> Consulta: 11 de febrero, 2017).

El perfil de creadores digitales coincide con todas las características de las mujeres que han tratado de transformar su vida y la de otras mediante el uso de las TIC, estratificación socioeconómica alta, niveles educativo y cultural medio (a mayor nivel educativo menor producción de contenidos), que se traducen en habilidades de lectura (comprensión), escritura (gramática, sintaxis, ortografía), para adquirir programas o equipo, y digitales suficientes, a las cuales se le agregan género masculino y de raza blanca, los aspectos raciales y étnicos aparecen aquí con un gran énfasis. (Schradie, 2011)

Lo anterior nos permite establecer que la producción digital está aparejada con aspectos de democracia, diversidad e inclusión, lo que se traduce en una democracia digital. Las variables que inciden en la posibilidad de producir son: lugar de acceso, frecuencia de uso, infraestructura tecnológica disponible, y actividad laboral o profesional (Schradie, 2011).

Aunque no pareciera, existe gran actividad de mujeres en el entorno Web 2.0, sin embargo, además de los aspectos presentados en el párrafo anterior, están latentes problemas de género no resueltos planteados por el movimiento feminista: falta impulsar más la participación de las mujeres; disminuir o evitar del todo la presentación de imágenes estereotipadas de las mujeres, la asocian con aspectos sexuales, pornográficos, y de falta de intelecto; y los requerimientos para pertenecer a una red son sexistas, pues se tiene que elegir género al inscribirse.

## **PROPUESTAS PARA LA INCLUSIÓN DIGITAL DE GÉNERO**

Una constante en el discurso actual de los movimientos sobre el empoderamiento femenino, promovida desde asociaciones o instituciones privadas hasta entidades internacionales como la ONU, es la apropiación de las TIC para apoyar la emancipación femenina y promover las transformaciones educativas, económicas, sociales y culturales que se están requiriendo.

Como ya quedó asentado, el uso de Internet en especial de la Web 2.0 varía de hombres a mujeres, existe una mayor tendencia al consumo que a la creación femenina, ¿qué hacer para revertir esta tendencia? ¿deben ser esfuerzos personales o institucionales? ¿los gobiernos deben participar? Para dar respuesta a estas interrogantes, a continuación se presentan algunas estrategias de solución.

**Incidir en la aplicación de los programas gubernamentales educativos y en la legislación que regula la equidad e inclusión digital de género.** Integrar en cada sitio creado por mujeres o que ofrece información para mujeres, una opción que contenga

los documentos regulatorios locales, nacionales, regionales e internacionales. Producir sitios que compilen este tipo de información y que promuevan la discusión alrededor de los mismos. Es cierto que existen algunas experiencias al respecto, sin embargo, son poco accesibles, tal vez por una mala indización o carencia de los metadatos adecuados. Contar con información oportuna y accesible permite analizarla, entenderla, crear propuestas, argumentarlas y vigilar su cabal aplicación.

**Promover la formación docente con perspectivas de género.** A nivel mundial, en los planes de desarrollo educativos de muchos países ya se contempla la perspectiva de género (equidad e igualdad), en la práctica no se logra pues muchas veces los profesores no fueron formados en esta perspectiva. Se propone la utilización de un lenguaje neutro, no sexista, para abatir la fuerte carga masculina que prevalece. Esto se deberá considerar en todos los niveles educativos, tanto en los procesos de enseñanza y aprendizaje como en la elaboración de medios y recursos didácticos, en cualquier soporte, con especial énfasis en los desarrollados en la Web 2.0 cuyo alcance es mayor. El estadio previo será propiciar que las profesoras utilicen las TIC para realizar sus actividades de docencia.

**Crear conciencia sobre el sexismo imperante en la Web 2.0.** Atender al principio de neutralidad en el que se basa Wikipedia, diseñar sitios y servicios sin el manejo de lenguaje genérico en masculino y las imágenes estereotipadas de las mujeres, en caso de identificar alguna de estas prácticas, denunciarla. Esto lleva a establecer sitios en los que se indiquen los procedimientos formales o informales para hacerlo, independientemente que se regulen, se intenta formar agentes de igualdad en TIC. Cabe recordar que las palabras en masculino es una forma de desaparecer a la mujer o de no integrarla a la sociedad, en este caso dentro del mundo virtual.

**Realizar estudios cualitativos en comunidades femeninas.** Para determinar dos conjuntos de características, por una parte, las razones por las que siguen privilegiando la formación profesional humanística o social, y no la vinculada con el área

científica o tecnológica. Estos estudios permitirán establecer las prácticas culturales, sociales y familiares que pueden ser elementos inhibitorios para escoger carreras estigmatizadas por ser para hombres. Y por la otra, identificar sus necesidades tecnológicas para situaciones específicas, esto permitirá diseñar programas de formación en habilidades digitales acordes a cada comunidad, ubicada dentro de un contexto geográfico, educativo, económico, social y cultural específico, además de formar en el cómo explotar las TIC (proceso), se debe interiorizar el qué (contenidos) y el para qué (objetivos de uso).

**Implementar sitios o servicios web para formar a mujeres en el uso de TIC.** Que compilen y enlacen sitios, o recursos en redes, ya sea individuales o de instituciones (privadas, públicas, ONG's) cuyo objetivo sea propiciar, ampliar y apoyar el desarrollo de las habilidades digitales que permiten formar mujeres tecnológicas. Por ejemplo, una de los enlaces pudiera ser Technovation, es una red mundial de empresarios, educadores y guías cuyo objetivo es *enseñar a niñas ubicadas en cualquier parte del mundo las habilidades que necesitan para cambiar el mundo con la tecnología* (Disponible en: <http://technovationchallenge.org/> Consulta: 13 de enero, 2017), entre sus actividades está auspiciar concursos para elaborar proyectos tecnológicos novedosos. Estas plataformas promoverán de forma transversal y constante el empoderamiento de las mujeres y el aumento de su autoestima, y fomentarán el debate sobre la creación de contenidos.

**Generar sitios y manuales para explotar las TIC y en especial la Web 2.0.** Los sitios contendrán cursos, talleres, o actividades de formación en habilidades digitales, tanto los sitios como los manuales se diseñarán desde un enfoque de género, atendiendo a sus requerimientos, características e intereses.

**Producir sitios, herramientas, recursos electrónicos que compilen datos factuales sobre aspectos femeninos.** Ya en el documento *Beijing Declaration and Platform for Action* aparecía como estrategia para apoyar el empoderamiento de las mujeres c) *Facilitar la compilación de un directorio de mujeres expertas en medios*, se amplía la cobertura a todas las áreas necesarias, y hasta el momento (como se ha apuntado

en reiteradas ocasiones) no existen directorios, anuarios o recursos que aporten datos estadísticos confiables y consistentes, para elaborar diagnósticos que muestren la verdadera brecha digital de género.

**Reglamentar sobre la perspectiva de género en bibliotecas y centros de información.** Actualmente en la mayoría de Reglamentos no existe algún artículo que hable sobre género y la equidad digital, se requiere acudir a las instancias pertinentes para integrarlos en la normatividad bibliotecaria, local, nacional, regional e internacional.

**Impactar en la educación bibliotecológica.** Formar a nuestros futuros especialistas de la información con perspectivas de género, mediante la integración de contenidos transversales. Para los egresados diseñar programas de actualización tales que les permitan visualizar la pertinencia de planear espacios que promuevan la adquisición de las habilidades digitales necesarias para enfrentar los retos tecnológicos y promover la creación de contenidos.

Estas propuestas abarcan todos los órdenes de intervención, sujetos, instituciones públicas y privadas, asociaciones civiles, organizaciones no gubernamentales, entre otras, es necesario enfatizar el papel que jugamos los especialistas de la información como agentes de cambio tecnológico, se debe lograr la apropiación de las mujeres de las diferentes herramientas que ofrece la Web 2.0: promover, impulsar, diseñar e implantar las estrategias pertinentes.

## CONCLUSIONES

El feminismo ha marcado la pauta sobre la condición de la mujer y los problemas de género. Desde la *querelle des femmes* hasta la actualidad han pasado más de 400 años y la imagen estereotipada de seres inferiores moral e intelectualmente sigue vigente. Ahora potenciada por las redes virtuales. El elemento que puede resolver esta problemática es la educación, entre mayor educación tengan mayores posibilidades de enfrentar la marginación. Esta educación debe integrar la perspectiva de género para evitar el sexismo.



Los espacios digitales como Internet y la Web 2.0 hacen propicia la posibilidad de establecer redes femeninas de intercambio, interacción, colaboración y apoyo, si bien ya tienen mayor acceso, su principal uso es el consumo de información, se requiere impulsar su participación activa como creadoras de contenidos.

Es posible percibir que existe un problema de brecha de género, si bien en muchos países se tienen documentos formales que promueven de dicho la igualdad de oportunidades para acceder a recursos de la Web 2.0, de hecho siguen las grandes limitantes.

Se empiezan a visibilizar las buenas prácticas de producción de contenidos digitales, desde la perspectiva de género pero todavía de manera muy aislada.

Cada cual está trabajando en su propio espacio, se debe fomentar la convergencia de intereses comunes, redes que logren la interacción entre los diferentes grupos de mujeres y una adecuada comunicación.

Las propuestas aquí presentadas abarcan esfuerzos tanto personales como institucionales, a nivel local, nacional, regional e internacional, lo más importante es empezar ya, conjuntar voluntades y realizar acciones para derribar los atavismos culturales y sociales que han propiciado la desigualdad y la brecha de género.

---

## REFERENCIAS

ASOCIACIÓN PARA EL PROGRESO DE LAS COMUNICACIONES. Disponible en: <https://www.apc.org/node/10355> Consulta: 10 de diciembre, 2016.

Berners-Lee, T.; Cailliau, R. *WorldWideWeb: Proposal for a HyperText Project*. 1990. Disponible en: <http://www.w3.org/Proposal.html> Consulta: 13 de diciembre, 2016.

\_\_\_\_\_. Cailliau, R.; GROFF, J.F.; POLLERMANN, B. World-Wide Web: The information universe. *Electronic Networking*, v. 2, n. 1, p. 52-58, 1992. Disponible en: [http://www.emeraldgroupublishing.com/products/backfiles/pdf/backfiles\\_sample\\_5.pdf](http://www.emeraldgroupublishing.com/products/backfiles/pdf/backfiles_sample_5.pdf) Consulta: 15 de diciembre, 2016.

BORDOY, G. *¿A qué llamamos brecha de género en Wikipedia?* Disponible en: <http://www.wikimedia.org.ar/2015/07/08/a-que-llamamos-brecha-de-genero-en-wp/> Consulta: 7 de julio, 2016

BRANDWATCH. *¿Quiénes son más activos en las redes sociales : los hombres o las mujeres?* Disponible en: <https://www.brandwatch.com/es/2016/03/redes-sociales-hombres-mujeres/> Consulta: 3 de enero, 2017.

CARSTENSEN, T. Gender trouble in Web 2.0: Gender Relations in Social Networks Sites, Wikis and Weblogs. *International Journal of Gender, Science and Technology*. Disponible en: <http://genderandset.open.ac.uk> Consulta: 12 de octubre, 2016.

*Diccionario de la lengua española. Querrela*. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=Une2Fv2>. Consulta: 8 de noviembre, 2016.

Género y uso de las TIC. *Telos Cuadernos de comunicación e innovación*, v. 92, 2012.

*Human Constitutional Rights Documents. Declaration of the Rights of Man and of the Citizen*. Disponible en: <http://www.hrcr.org/docs/frenchdec.html> Consulta: 8 de enero, 2017.

INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION. *ICT facts and figures 2016* Disponible en: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2016.pdf9> Consulta: 12 de febrero, 2017.

KELLY, J. Early Feminist Theory and the “Querelle des Femmes”, 1400-1789. *Signs*, v.8, n.1, p. 4-28, 1982. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/3173479> Consulta: 10 de febrero, 2017.

*Mashable*. Women Win Facebook, Twitter, Zynga; Men Get LinkedIn, Reddit. Disponible en: <http://mashable.com/2012/07/04/men-women-social-media/#WqBihZlB0kqi> Consulta: 11 de febrero, 2017

OFFEN, K. Feminism: A Comparative Historical Approach. *Signs*, v.14, n.1, p. 119-157, 1988. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/3174664> Consulta: 25 de enero del 2017.

O'REILLY, T. *What is Web 2.0*. Disponible en <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> Consulta 20 de noviembre, 2016.

Piskorski, M. J., Chen, D., HEIL, B., y Smith, a. Twitter, *Harvard Business School Case*, p. 710-455, 2010.

RODRÍGUEZ GALLARDO, A. *Lectura, tecnologías de la información y género*. México : UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 2008.

Rodríguez Palol, M. E. La lucha por los derechos de las mujeres en el siglo XIX. Escenarios, teorías, movimientos y acciones relevantes en el ámbito angloamericano. En: F. Ansuátegui Roig and J. Rodríguez Uribe, coords., *Historia de los derechos fundamentales. Siglo XIX*, Tomo III, Vol. I, Libro II. Madrid: Instituto de Derechos Humanos Bartolomé de las Casas de la Universidad Carlos III de Madrid: Dykinson, 2008. pp. 1154-1219. Disponible en: <http://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/9086> Consulta: 22 de febrero, 2017.

SCHRADIE, J. The digital production gap: The digital divide and Web 2.0 collide. *Poetics*, n. 39, p. 145-168, 2011. Doi: 10.1016/j.poetic.2011.02.003.



UNITED NATIONS. Economic and Social Council. Commission on the Status of Women. *Review of the implementation of the Beijing Declaration and Platform for Action, the outcomes of the twenty-third special session of the General Assembly and its contribution to shaping a gender perspective towards the full realization of the Millennium Development Goals Report of the Secretary-General Summary*. Disponible en: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N09/637/20/PDF/N0963720.pdf?OpenElement> Consulta: 12 de enero del 2017.

UNITED NATIONS ENTITY FOR GENDER EQUITY AND THE EMPOWERMENT OF WOMEN. Beijing Declaration and Platform for Action. Disponible en: <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20E.pdf> Consulta: 24 de noviembre, 2016.

*Wikidata Human Gender Indicators (WHGI)*. Disponible en: <http://wikimujeres.wiki/2016/03/04/brecha-de-genero-en-la-wikipedia-una-manera-facil-de-comprobarlo/> Consulta: 2 de junio, 2016.

FRENZER, L., KENIN, R. *47 Secrets to A younger you*. Disponible en: <http://www.47secretstoayoungeryou.com/> Consulta: 4 de febrero, 2017.

*Fundación Mujeres*. Disponible en: <http://www.fundacionmujeres.es/> Consulta: 7 de mayo, 2016.

*Girlsgoit*. Disponible en: <http://girlsgoit.org/> Consulta: 22 de diciembre, 2016.

*Iliana Crudu (Elena-Nicoleta)*. Disponible en: <https://www.facebook.com/elenanicoletacy> Consulta: 10 de diciembre, 2016.

*Mujeres Net: Periodismo, Género, Feminismo*. Disponible en: <http://www.mujeresnet.info/> Consulta: 12 de diciembre, 2016.

ONU MUJERES. Disponible en: <http://www.unwomen.org/> Consulta: 3 de febrero, 2017.

*Technovation*. Disponible en: <http://technovationchallenge.org/> Consulta: 13 de enero, 2017.

*Womenteck: Asociación Mujer y Tecnología*. Disponible en: <http://www.womenteck.org/> Consulta: 22 de diciembre, 2016.

*Women 2.0*. Disponible en: <http://women2.com/stories> Consulta: 25 de enero, 2017.

*120 segundos*. Disponible en: <http://www.120segundos.com/> Consulta: 20 de enero, 2017.