

Extraido de

<http://www.amecopress.net>

“El empleo es un factor clave en el uso de Internet entre las mujeres”

- Reportajes -

Fecha de publicación : Viernes 14 de diciembre de 2007

La poblacin femenina espaola vive un momento lgido y emergente de incorporacin a las nuevas tecnologas de la informacin, para fomentarlo se debe apoyar el acceso a las nuevas tecnologas, a travs de abaratamiento de ordenadores y conexin a Internet, as como generar distintas polticas para cada grupo de mujeres especifico considerando que no todas son iguales y presentan diversas caractersticas, en este sector el gran reto para las mujeres espaolas es la brecha de habilidades informticas y navegadoras, estos datos derivan de los principales resultados del Proyecto e-igualdad presentado en Madrid.



“Con esta investigacin deseamos fomentar la incorporacin de las mujeres espaolas en el mbito de las nuevas tecnologas de la informacin, as como visibilizar brechas para ello eran necesarios los datos que aqu presentamos”, declar en entrevista exclusiva para Ameco Press, Cecilia Castao, catedrtica e Investigadora de Economa Aplicada de la Universidad Complutense de Madrid, encargada de presentar los resultados del Observatorio e-igualdad, uno de los tres ejes que constituyen el proyecto.

Desde fines de 2006, Fundacin Directa, la Universidad Complutense de Madrid y la Asociacin e-mujeres han ejecutado el Proyecto e-igualdad, aprobado en el marco de la convocatoria 2006 para el fomento de la igualdad de gnero en el Plan Avanza, y reconocido con el primer premio en dicha categoria de los Premios Avanza.

El principal objetivo del proyecto e-igualdad es impulsar la inclusin de las mujeres en la Sociedad de la Informacin as como situar firmemente los temas de sociedad de la informacin e igualdad en la agenda pblica, empresarial y local.

La poblacin femenina utiliza Internet de manera ms productiva y prctica que los hombres

Los resultados derivados del estudio del Observatorio e-igualdad fueron presentados por Castao, quien seal el empleo como elemento fundamental para la utilizacin del Internet en las mujeres, pues las trabajadoras son quienes ms lo utilizan, de igual forma son ellas quienes lo usan de forma prctica y ms productiva que los hombres, pues ellos, aunque lo utilizan por ms tiempo lo usan por ocio, lectura de prensa y operaciones bancarias.

“El empleo es un factor clave en el uso de Internet para la poblacin femenina, pues las empleadas representan el 68% de las que se han conectado a Internet en Espaa, lo cual representa ms de dos tercios de las mujeres en el pas”, acot Castao. De igual manera son las mujeres quienes se estn reincorporando en los ltimos aos al uso del Internet mientras que los hombres se incorporaron desde hace cinco aos, siendo ellas quienes ahora lo hacen ms rpido que los varones.

En esta incorporacin las mujeres emplean ms el aprendizaje a travs de cursos, o personas, mientras que los hombres practican ms el autoaprendizaje.

Comprar artculos del hogar por Internet: el servicio ms empleado por las mujeres

La poblacin femenina espaola que abarca las edades entre 16 y 34 aos utiliza ms el Internet para su formacin y estudios, lo cual contribuye a su crecimiento profesional, explic Castaos quien defini este dato como “un crculo virtuoso que debemos considerar en futuros proyectos para mujeres”.

Mientras que la compra de artculos de hogar es el servicio ms empleado por mujeres de todas las edades tengan o no estudios, y los hombres utilizan ms el Internet para comprar software de ordenador y material informtico.

Profesoras de secundaria: muestran una alta reticencia al uso de las TIC, universitarias, ingenieras e informticas: las ms positivas al emplear Internet

“Uno de los datos ms preocupantes que nos hemos encontrado es que las profesoras de secundaria permanecen reticentes al uso de las TIC, lo cual est relacionado con una escasa soltura hacia las nuevas tecnologas”, expuso la investigadora.

En esta situacin el principal problema deriva en que las profesoras son ejemplo de las alumnas lo cual podra desviar a las jvenes de su inters hacia las TIC y transmitirles su actitud reticente, se agrega en el estudio.

Usar Internet para mantener conectada a la familia, y ms habilidades y ventajas para incorporarse activamente que los hombres al Internet conforman una parte importante de las caractersticas que se encontraron al elaborar el estudio.

Mientras que las mujeres universitarias, ingenieras e informticas mostraron las actitudes ms positivas al hacer uso del Internet, y estimaron que utilizar la herramienta de esta forma les ha ayudado a desarrollar mejor sus aptitudes y actitudes en la implementacin de las TIC.

El estudio se realiz desde los enfoques cualitativo y cuantitativo, cuantitativamente se emple una explotacin propia de los micro-datos de la encuesta “TIC hogares” que realiza el Instituto Nacional de Estadstica, y cualitativamente se realizaron grupos de discusin con mujeres y hombres lderes as como entrevistas de profundidad.

Mujeres directivas: solas en su mbito laboral

Grandes esfuerzos para conciliar trabajo y familia, retraso de la maternidad, barreras personales para desarrollarse profesionalmente, ms competentes que competitivas y con un sentimiento de soledad en su mbito laboral renen las principales caractersticas de los datos que arroj el estudio al profundizar sobre la situacin de las mujeres directivas.

“Se entrevist profundamente a mujeres directivas, para saber por qu persiste el techo de cristal en este sector, en cuanto a trayectoria profesional, es que su trayectoria no era lineal, haban trabajado en sectores diferentes, son mujeres con gran capacidad de adaptacin” subray Castaos al detallar la investigacin enfocada a mujeres directivas con el objetivo de analizar el por qu persiste el “techo de cristal” para este sector de la poblacin femenina.

El estudio tambin seala que las mujeres directivas se sienten solas en su mbito laboral porque hay muy pocas mujeres desempeando ese rol, y la mayora de ellas expuso que su pareja ha sido un factor fundamental a la hora de conciliar familia y trabajo, pues son ellos quienes se responsabilizan de hijas e hijos mientras ellas trabajan.

El principal objetivo de este Observatorio e-igualdad es para “visibilizar la brecha de gnero que existe que es de diez puntos en Espaa referente a las nuevas tecnologas, que ante todo esta brecha digital es una brecha de usos y habilidades, y para hacer la tangible son necesarios tener estos datos para realizar esa visibilizacin y este estudio nos los ha dado”; concluy la investigadora.

Una sociedad de la informacin construida con y para las mujeres

Una sociedad de la informacin construida sin mujeres ser una sociedad de tecnologas, no de personas, se afirma entre los principales fundamentos del estudio.

La sociedad de la informacin ha de ser por tanto una sociedad para la igualdad de gnero, y para lograr estos objetivos el proyecto e-igualdad se estructura en tres ejes: Observatorio e-igualdad, la creacin del portal: www.e-igualdad.net y la elaboracin y distribucin de materiales de apoyo a la igualdad de oportunidades en relacin a las tecnologa de la informacin.

Para ms informacin del tema, se recomienda visitar el portal: www.e-igualdad.net

Informacin adicional:

<st1:personname w:st="on" productid="La Cartuja">[*La Cartuja](#)</st1:personname> [acoge la presentacin del proyecto e-igualdad en Andaluca](#)<o:p></o:p>

* [“A mayor nivel educacional entre hombres y mujeres es ms posible conseguir igualdad en el mbito laboral”](#)<o:p></o:p>

Fotos AmecoPress

Pie de foto superior: Cecilia Castao

Sociedad-Nuevas Tecnologas- 14 diciembre (07) AmecoPress