

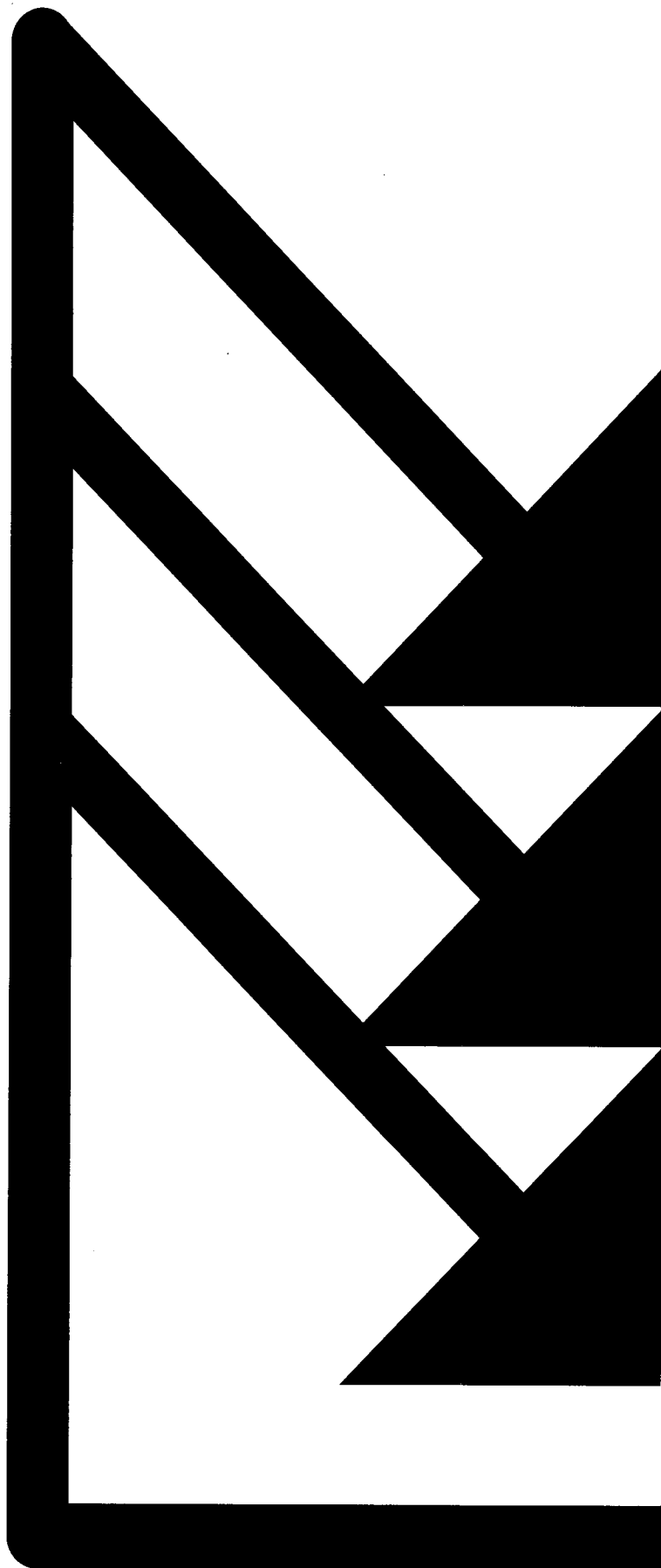
Cuando hablamos de imprimir una "perspectiva de género" a las distintas acciones y manifestaciones de nuestras sociedades latinoamericanas, buscamos que estas sociedades y todas/os sus integrantes, reconozcamos la existencia de relaciones de poder entre hombres y mujeres (las cuales dependen del contexto económico, social y cultural) y de las interpretaciones que cada una/o de nosotras/os hacemos de nuestras diferencias biológicas: una construcción social de lo que es femenino y lo que es masculino

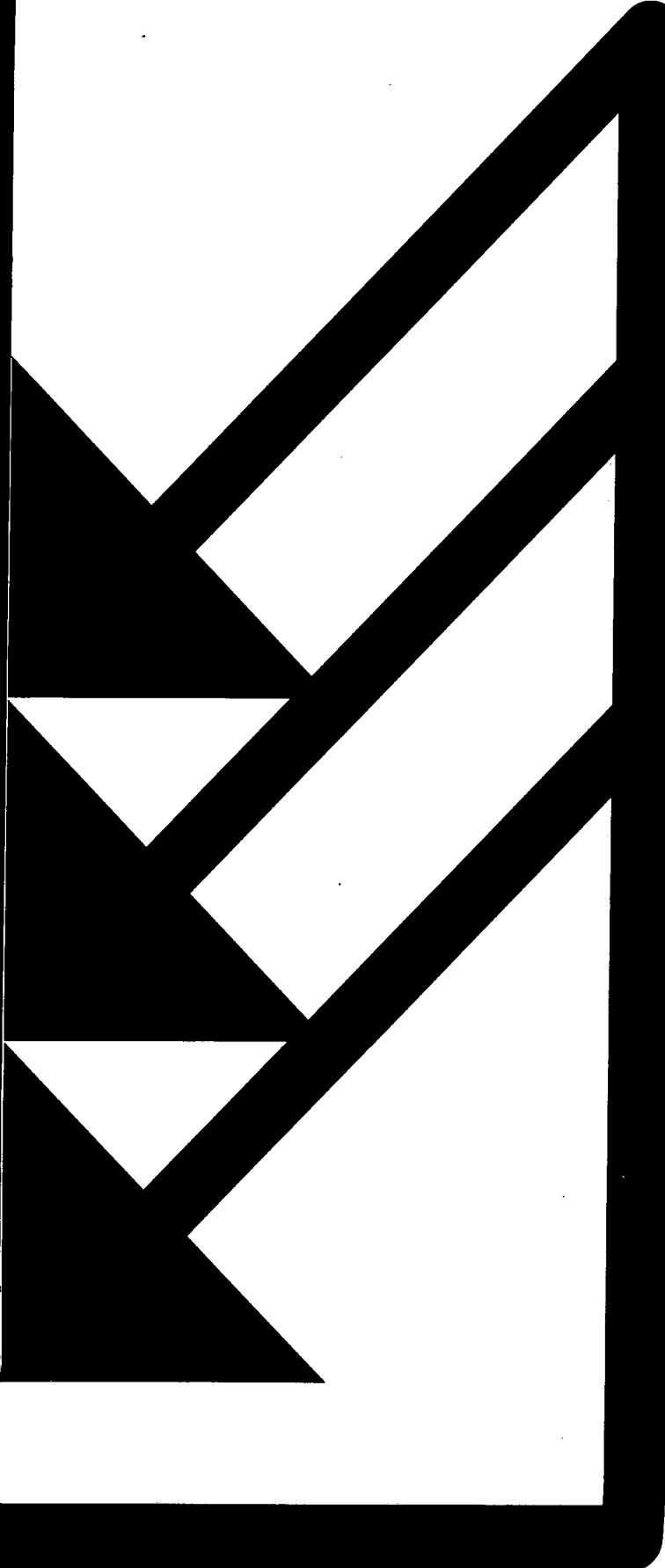
■ Sylvia Cadena

Nuevas tecnologías de información y comunicación

Mujeres jóvenes y niñas

¿un mercado novedoso?





Hace algunos años, cuando quería comprar un automóvil, visité varios concesionarios y cual fue mi sorpresa al encontrarme con que para los vendedores que me atendieron (hombres y mujeres) lo más importante sobre el vehículo en cuestión que querían explicarme, era el color! A mis preguntas sobre la máquina y su desempeño me respondían con miradas extrañadas... y más sorprendidos estaban cuando abrí la tapa del motor! Personalmente me hacían recordar los días de mi infancia, cuando con mis primos y amigos del barrio desbaratábamos radios y juguetes y era yo quien los armaba y nadie me creía que había sido yo. Todo a mi alrededor me decía que los automóviles y la mecánica son “cosas de hombres”...

Cuando se tienen problemas con la computadora, y se pide “soporte técnico” este debe ir acompañado de una voz masculina, para que el cliente, desesperado por ayuda confíe sin reservas en el hombre al otro lado de la línea. El estereotipo de que la tecnología es para hombres sigue vigente.

Parte de ese estereotipo, tiene mucho que ver con quien diseña y quien vende tecnología: cuando las mujeres reclamaron computadoras para mujeres les cambiaron el color de la carcasa... cuando las mujeres reclamaron contenidos “para mujeres” en el web, una serie de anuncios sobre páginas dedicadas a la moda, dietas y maquillaje inundaron nuestros casilleros de correo-e. ¿Pero es eso lo que buscamos encontrar las mujeres en las nuevas tecnologías de información y comunicación? ¿Esta Internet respondiendo a nuestras necesidades de tecnología, información y comunicación? ¿Son estas nuevas tecnologías y sus manifestaciones sociales sensibles al “género”? ¿Son espacios de acceso “equitativo” para hombres, mujeres, jóvenes, niños y niñas?

Cuando hablamos de imprimir una “perspectiva de género” a las distintas acciones y manifestaciones de nuestras sociedades latinoamericanas, buscamos que estas sociedades y todas/os sus integrantes, reconozcamos la existencia de relaciones de poder entre hombres y mujeres (las cuáles dependen del contexto económico, social y cultural) y de las interpretaciones que cada una/o de nosotras/os hacemos de nuestras diferencias biológicas: una

construcción social de lo que es femenino y lo que es masculino.

Una vez que reconocemos estas diferencias y le prestamos atención a como se manifiestan en los comportamientos y condiciones de nuestras sociedades, es cuando podemos ver con más claridad que existen situaciones de exclusión o desigualdad entre grupos (de hombres y mujeres, de indígenas, de afroamericanos, de discapacitados, entre otros), las cuáles con innecesarias, evitables e injustas. Estas desigualdades se expresan principalmente en términos de acceso y opciones reales de educación, trabajo y reconocimiento. Buscar soluciones a estas situaciones, es lo que se oye mencionar a cada rato por las organizaciones de mujeres, de indígenas, de poblaciones afroamericanas, de discapacitadas/os: la búsqueda de la equidad.

¿Y cómo entra la tecnología a jugar un papel dentro de este juego de exclusiones? La tecnología puede definirse a partir de tres elementos: el conocimiento sobre como se usa la tecnología, como se diseña, como se hace, como se repara... las actividades y acciones que requieren de esos conocimientos para poderse realizar... y finalmente, los objetos que utilizamos en estas actividades. Los grupos en cuestión, aquellos que han sido excluidos antes, pueden y están siendo excluidos nuevamente de la innovación tecnológica y del acceso a las nuevas tecnologías. Y estos círculos de exclusión pueden ampliarse al limitarse el acceso de cualquier integrante de estos grupos, a cualquiera de esos tres aspectos: al conocimiento, al uso, o a la posibilidad de acceder a los objetos necesarios.

Las mujeres y las niñas, son uno de esos grupos identificados como marginados de muchas de estas actividades: son marginadas del acceso a los procesos de capacitación necesarios para usar la tecnología, y ni que decir de la educación superior necesaria para diseñar o construir nuevas tecnologías. Es así como encuentran límites o restricciones al tipo de actividades que pueden desarrollar que requieren de dichos conocimientos y por tanto al tipo de objetos con los que se relacionan más fácilmente: muchas mujeres pueden manejar con destreza un electrodomeéstico que utiliza complejos menús programables, pero temerle a utilizar una computadora.

Las nuevas tecnologías evidencian la sociedad que las inventa y las usa, a sus nociones de estructura social y de distri-



Las nuevas tecnologías evidencian la sociedad que las inventa y las usa, a sus nociones de estructura social y de distribución de la justicia. Mientras la tecnología refleja un mundo construido desde y para la masculinidad, el interés por hacer de la tecnología algo más incluyente demanda transformaciones mucho más fundamentales en las relaciones entre hombres y mujeres.



bución de la justicia. Mientras la tecnología refleja un mundo construido desde y para la masculinidad, el interés por hacer de la tecnología algo más incluyente demanda transformaciones mucho más fundamentales en las relaciones entre hombres y mujeres. Sólo tratando de respondernos algunos sencillos interrogantes respecto a la tecnología, podemos tener más claridad sobre que tan incluyente es este nuevo universo tecnológico: 1. ¿Quién hace qué? (para identificar el tipo de trabajo/actividad que realizan con mayor frecuencia las personas de cada sexo), dos. ¿Quién es dueña/o de que? (Para distinguir entre quienes tienen acceso a las nuevas tecnologías y sus beneficios), y tres. ¿Quién controla qué? (Para determinar el grado de representación de cada sexo en el desarrollo de contenidos - impactos deseados). ¿Estos indicadores nos muestran muy a simple vista que esta sociedad no parece ser muy incluyente, verdad? ¡Pero algo está pasando... se aproximan cambios!

Desde los espacios en los que trabajo apoyando la gestión y publicación de información de las organizaciones no gubernamentales en Colombia, la preo-

ocupación por la situación de las mujeres, las jóvenes y niñas abarca muchas temáticas y ha desencadenado múltiples acciones positivas: desde los porcentajes en la participación política hasta el porcentaje de acceso a la educación; desde el aseguramiento de los derechos sexuales y reproductivos hasta el acceso a la tierra y la propiedad; desde la equidad en el acceso a la educación hasta el acceso al crédito... y dentro de ésta serie de preocupaciones el acceso a la información se ha evidenciado como un componente fundamental para apoyar la toma de decisiones y la facilitación de la participación activa de las mujeres en cada uno de los temas anteriormente mencionados, entre muchos otros.

Para algunos programas, proyectos, organizaciones y/o iniciativas de desarrollo, es muy importante que sus coordinadoras/es y beneficiarias/os tengan acceso a la información, y que den su opinión sobre el esfuerzo que cada una/o de ellas/os está desarrollando, y es ahí donde se encuentra o siente más marcada la necesidad de garantizar la conexión de mujeres y organizaciones de mujeres al Internet, en particular a los sistemas de información de las iniciativas y grupos de trabajo en derechos humanos y paz, medio ambiente y sostenibilidad, gestión del hábitat, grupos indígenas, etc.

Los grupos y organizaciones de mujeres han depurado el uso de nuevas tecnologías por un interés muy particular: aumentar la visibilidad de la mujer, su papel en la sociedad y la realidad de su situación actual. Numerosas campañas e iniciativas de mujeres y para mujeres se están valiendo de estas herramientas para conseguir apoyo internacional.

Campañas globales por la paz tales como Women Waging Peace y Women Building Peace han logrado construir espacios donde los esfuerzos y sacrificios de las mujeres en las zonas de conflicto sean reconocidos por los estados y los actores armados en las zonas de conflicto; alertas electrónicas en todos los países en desarrollo (desde organizaciones como la Organización Panamericana de la Salud en Washington, o ISIS en Chile, o RIMA en Argentina, Modemmujer en México o Profamilia en Colombia) se han emitido frente a la llamada "Gag Rule" del actual presidente de los Estados Unidos, George Bush, que busca detener el apoyo financiero a aquellas organizaciones que apoyan a la libertad de la mujer para decidir si conserva o no un em-

barazo; alertas frente a las decisiones gubernamentales de prohibir la venta de la "píldora del día después" impidiendo la anticoncepción de emergencia por considerarla abortiva; bloqueo a publicidades sexistas; denuncias sobre casos específicos en los que los derechos de una mujer están siendo violentados; recolección de firmas para modificar legislaciones que vulneran los derechos de las mujeres; entre otros. Normalmente estas campañas cuentan con escaso financiamiento institucional de soporte, siendo las nuevas tecnologías una alternativa en términos de menor inversión y mayor cobertura. Para todas estas campañas y acciones, las mujeres han necesitado del conocimiento para usar y diseñar aplicaciones informáticas, han tenido que hacerlo ellas mismas o conseguir el dinero para contratar quien lo haga y han tenido que adquirir los objetos necesarios y perder el miedo a utilizarlos. Y estas acciones de las mujeres, empezaron a sumar: las estadísticas y los estudios de mercado hicieron que compañías como Microsoft, IBM, Compaq, ACER, entre otras, cambiaran su mirada hacia las mujeres.

Empezaron a surgir una serie de iniciativas del sector privado, que ofreciendo más condiciones favorables para el acceso a créditos bancarios, publicitaban su interés por "empoderar" a la mujer! Líneas de crédito con intereses más bajos y términos más flexibles; nuevas oficinas para la mujer fueron creadas en las compañías multinacionales productoras de software y hardware; se lanzaron grandes campañas publicitarias de e-bussiness dirigidas a mujeres; en fin... una serie de cambios en nuestro contexto nos hacían creer que por fin se estaba prestando una mayor atención a la atención de las necesidades y requerimientos de las mujeres. Bancos, corporaciones, empresas de productos y servicios empezaron a ofrecer precios, tarifas o descuentos "especiales" para mujeres. Las estadísticas abrieron el camino al demostrar que las mujeres pagan más cumplidamente que los hombres sus obligaciones bancarias. Aunque los propósitos reales de éstas iniciativas no buscaban únicamente mejorar la condición de la mujer, sino además valerse de nuestra "fama" de compradoras, los grupos y organizaciones de mujeres, así como las mujeres comunes y corrientes han sabido como convertir todo esto en posibilidades y oportunidades. El recono-

“

Paralelamente a estas dos tendencias visibles de la sociedad civil y el sector privado, las agencias de cooperación internacional, los centros de investigación, los ministerios y organizaciones gubernamentales, además de las universidades han empezado a publicar estudios y análisis que resaltan la importancia del papel de la mujer en el desarrollo económico, la cohesión social y la identidad cultural de los pueblos.

”

cimiento del poder económico de las mujeres nos ha situado en una posición compleja: ahora depende de nosotras presionar con el poder de nuestras compras el diseño y producción de bienes y servicios que correspondan a nuestras necesidades, que nos incluyan.

Paralelamente a estas dos tendencias visibles de la sociedad civil y el sector privado, las agencias de cooperación internacional, los centros de investigación, los ministerios y organizaciones gubernamentales, además de las universidades han empezado a publicar estudios y análisis que resaltan la importancia del papel de la mujer en el desarrollo económico, la cohesión social y la identidad cultural de los pueblos.

Ahora, se hace necesario emprender una serie de acciones mucho más coordinadas y más que nada basadas en la realidad:

Es necesario...

- Promover la investigación que logre discriminar los porcentajes de cuantos hombres y cuantas mujeres ejercemos liderazgo en lo relacionado con el diseño y uso de las nuevas tecnologías: las cosas están

cambiando tan rápido, que no podemos seguirnos fiando de lo que "parece ser".

- Conocer mejor las necesidades específicas de acceso a recursos, a procesos de capacitación y entrenamiento, y a mejores condiciones de empleo de los distintos grupos que podrían estar siendo excluidos de los procesos de innovación, para poder generar los espacios y estrategias que faciliten su inclusión.

- Apoyar el desarrollo de estrategias de contratación y selección de personal que no potencien la discriminación de mujeres en el ámbito laboral y lograr que sean contratadas en igualdad de salarios, beneficios y reconocimiento a su labor.

- Promover y crear los mecanismos de participación de las mujeres y los grupos de mujeres en la toma de decisiones sobre el diseño, uso y operatividad de sistemas tecnológicos a su servicio.

- Mayor responsabilidad en la edición, publicación y gestión de información dirigida a mujeres, jóvenes y niñas, ya sea sobre bienes y servicios, educación, salud, empleo.

Los verdaderos cambios se evidencian en la cotidianidad: ojalá y la próxima vez que pregunte por un automóvil no me encuentre con las mismas caras sorprendidas, pero mientras tanto, somos muchas las mujeres que estamos marcando la diferencia en las respuestas a las tres preguntas que formulé como indicadores: Son muchas más las mujeres en el mundo que hoy en día, en comparación de hace cinco años, estudiaron carreras tecnológicas y trabajan en áreas antes reservadas para hombres. Son más las mujeres que son dueñas de computadoras personales, cámaras digitales, agendas electrónicas, teléfonos celulares y otros dispositivos, y los utilizan efectivamente. Son más las mujeres que hoy por hoy están tomando decisiones que definen el rumbo de la economía, la política, la cultura. Pero es mucho el camino que falta recorrer aún para que en la cotidianidad a una niña no le regalen una secadora de pelo de Barbie y a un niño un GameBoy... el camino para que los usos de las nuevas tecnologías evidencian a la sociedad equitativa que las inventa y las usa, a sus nociones de estructura social y de distribución de la justicia. ■

■ Sylvia Cadena
Colnodo. Programa de Apoyo a las
Redes de Mujeres de la Asociación
para el Progreso de las Comunicaciones