

Las mujeres en la red: una aproximación a la ciberesfera femenina

GÓMEZ Aguilar, Antonio

Universidad Católica San Antonio de Murcia

Comprender las nuevas tecnologías de la información es hoy día una condición indispensable para poder actuar a favor de procesos democráticos y de acción social.

Las transformaciones que se están produciendo en las comunicaciones plantean importantes retos a las políticas culturales y a las formas de desarrollo de las identidades en nuestra sociedad. Como sucedió tantas otras veces en la historia, los cambios tecnológicos presentan riesgos y oportunidades al mismo tiempo, será la práctica social una vez más quien termine por inclinar la balanza a favor o en contra de los procesos democratizadores.

Estos cambios en los procesos de comunicación social nos llevan a estudiar a los medios masivos de comunicación, lo cuál nos emplaza directamente a plantearnos reflexiones básicas sobre la vida actual de los hombres y las mujeres y cómo éstas se reflejan o no en los medios. En los contenidos que ofrecen los medios se expone la identidad femenina desde sus tres vertientes; su rol social, su pertenencia a un grupo y su reflejo. Existen las imágenes de lo que son las mujeres, pero también de lo que se supone que se espera de ellas.

Es lamentable que la prensa, los medios audiovisuales y los electrónicos de muchos países no ofrezcan una imagen equiponderada de la diversidad en la vida de la mujer y de la contribución de ésta a la sociedad. Los materiales pornográficos y violentos que presentan los medios de comunicación degradan a la mujer y afectan negativamente su participación en la sociedad.

La revolución en marcha en las comunicaciones mundiales y la introducción de nuevas tecnologías de la información hacen que en estos momentos los medios de comunicación puedan aportar una contribución histórica al adelanto de la mujer.

La situación de la mujer en el mundo ha cambiado mucho si tenemos en cuenta los libros, la historia, las investigaciones arqueológicas y los testimonios de nuestros antecesores. En los últimos dos siglos, la mujer ha emprendido el camino de su autonomía, consiguiendo casi todo lo que se le había negado durante otros dieciocho. Pero aún así, hoy día quedan muchos lugares en el mundo en los que la mujer no es aún

independiente y en los que se ejerce sobre ella la violencia y la opresión en muchas de sus formas.¹

El proceso liberador de la mujer es la consecuencia natural de una mayor comprensión del mundo, del universo y del ser humano. Actualmente, las sociedades modernas están viviendo un cambio de valores, una modificación de los roles masculino y femenino. Aún así, la mujer está todavía sometida al hombre en una gran parte del mundo.

Pero en nuestra sociedad hay un nuevo imaginario en millones de mujeres, que están rechazando los atributos tradicionalmente considerados como femeninos o maternales, aún cuando importantes poblaciones mantengan imaginarios culturales preexistentes. Este nuevo imaginario es negado y silenciado por buena parte de los medios de comunicación social.

Este hecho es fundamental para detener u obstaculizar el cambio, ya que millones de mujeres carecen de reflejos objetivos y de imágenes apetecibles para su afirmación de identidad. En nuestra sociedad toda construcción de diferencia sexual estructura invariablemente la femineidad como subordinada a la masculinidad y esa es así mismo la imagen prevaleciente en los medios.

El perfil de los medios de comunicación de masas, la cuarta generación de las computadoras, la revolución tecnológica, el ciberespacio y las conexiones vía fibra óptica, nos ofrecen, a pesar de todo, nuevos y grandes desafíos de intervención y nos obligan a replantearnos nuevas estrategias de acción.

Puede decirse que todas las sociedades a lo largo de la historia han sido “sociedades de la información”. También puede afirmarse que siempre la “información/comunicación” estuvo en el centro de la organización de las sociedades. Pero lo que no puede afirmarse igualmente es que en todas las épocas y sociedades los cambios en este importante sector se hayan producido a un ritmo tan rápido como el que estamos viviendo en estas últimas décadas.

La primera condición para una posible apropiación social de las tecnologías pasa, necesariamente, por la identificación y la comprensión de lo que éstas significan realmente. No es fácil “saber qué pasa” en una sociedad en constante evolución, pero algo muy significativo es el cambio de roles dentro del proceso de comunicación.

¹ DÍEZ CELAYA, R. (1998): *La mujer en el mundo*. Madrid, Acento, colección Flash, 1999.

Con las nuevas tecnologías de la información, las instituciones tienen cada día mayores facilidades para crear sus propios “medios de comunicación”. Se tiende así a romper con la tradicional diferencia de “roles” entre los medios que “informan sobre los demás” y los sujetos sociales de la información. La internet pone ahora al alcance de todas las instituciones la posibilidad de crear sus propios medios de comunicación, utilizando, en beneficio de sus estrategias, la privilegiada información de que disponen.

El principal problema es que dentro del cambio la internet no está siendo entendida, en primera instancia, como un nuevo “medio de comunicación”, sino más bien como un nuevo “canal” a través del cual puede transitar el tráfico de información de los medios de comunicación ya existentes.

Los movimientos del siglo XXI, acciones colectivas intencionadas dirigidas hacia la transformación de los valores se manifiestan en y a través de la internet.² La red es, al mismo tiempo, un instrumento de gran importancia para determinados sectores sociales y un medio totalmente inaccesible para una gran parte de la sociedad mundial. Pero los límites de estas desigualdades no nacen con la internet, sino que tienen su origen en las grandes desigualdades tecnológicas y económicas del mundo actual.

Los usuarios de la internet son muchos, si se miran desde las expectativas de mercado y de negocio, pero son muy pocos si se miran desde el punto de vista del acceso masivo de la población mundial a estas tecnologías.

Hay que insistir en las grandes desigualdades existentes en el acceso a las tecnologías de la información a escala mundial, ya que ignorar estas desigualdades equivale a falsear el panorama real mundial de la internet.

Hoy por hoy aún hay un importante índice de tecnofobia por parte de la mayoría de las mujeres. Según un reciente informe³ los hombre internautas triplican en número a las mujeres, permanecen más tiempo conectados y lo hacen más a menudo. El informe también indica que el perfil de la mujer internauta es similar al del hombre: joven, entre 18 y 34 años, con estudios universitarios e ingresos medios. Y sin embargo, a pesar de los datos del estudio, frente al escaso número de portales específicamente masculinos, son decenas las páginas que van dirigidas al sexo femenino.

La revolución ocurrida en el campo de la información ha dado lugar al nacimiento de la World Wide Web, del satélite, de la televisión por cable, de las

² CASTELLS, M. (2001): *“La galaxia internet. Reflexiones sobre internet, empresa y sociedad”*. Madrid, Plaza y Janés. pág. 160.

³ <http://www.es.jupitermmxi.com>

publicaciones por computadora y del trabajo en red por Internet. Ha abierto el camino a la libertad de prensa y a la democracia en muchos países del mundo.

Como dice Mariano Cebrián, la internet cubre la información escrita, la sonora y, parcialmente, la visual; queda pendiente la plena integración de los contenidos audiovisuales y los multimedia. Es el horizonte próximo de las redes multimedia en sentido pleno basadas en anchos de banda superiores. En este sentido, la internet aparece sólo como una avanzadilla de las futuras redes multimedia.⁴ Para Cebrián, asistimos al inicio de la primera gran convergencia de tecnologías y contenidos y esto proporciona un mundo informativo nuevo.

Estas convergencias no significan, en modo alguno que la internet se convierta finalmente en un mero difusor de los medios de comunicación convencionales. Lo que estas convergencias ponen ahora de manifiesto es la necesidad de crear nuevos productos informativos propios y expresamente diseñados para la red. La posibilidad de compartir las mismas fuentes entre la internet y otros medios, no excusa la necesidad de crear lenguajes propios para la red. Los broadcasters dejan de mirar a la internet como un nuevo canal para la difusión de sus programas y empiezan a descubrir un nuevo medio que les permitirá rentabilizar y potenciar sus fuentes de información y su capacidad de producción de comunicación.

La introducción de las tecnologías no ha generado directamente contenidos, sino que lo que ha hecho, en primer lugar, es transmitir los contenidos ya existentes. Más que cambiar los contenidos, lo que cambia ahora son las formas de acceso a estos contenidos. La era internet está dando lugar a la creación de una gran memoria digital del mundo, o gran centro de documentación mundial, accesible on-line y formado por centenares de páginas, datos e imágenes digitalizadas. Lo que se está echado de menos son nuevas formas de mediación que garanticen la calidad y certifiquen el origen de las informaciones.

Los obstáculos no son únicamente de lenguaje, de diseño o de construcción lógica de las páginas en la internet. Los mayores obstáculos se refieren a tres grandes tipos de problemas: pobreza y limitación de contenidos, obstáculos al acceso a los contenidos disponibles e incapacidad de las instituciones para adaptarse a las nuevas condiciones de la comunicación en las sociedad informacional.

⁴ CEBRIÁN HERREROS, M. (2000): "La información en red", *SPHERA PÚBLICA. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 0. Murcia, UCAM. pág. 9.

En la cuarta conferencia mundial sobre la mujer celebrada en Beijing (China) en septiembre de 1995 se planteó por primera vez en un foro internacional de tal envergadura la importancia de la comunicación como arma fundamental para el desarrollo de las mujeres convirtiéndose “La mujer y los medios de difusión” en uno de los principales ejes del debate.⁵

La función de los medios de comunicación en la promoción de imágenes no estereotipadas de la mujer y el hombre es decisiva, pero también es importante crear un entorno propicio para los medios de comunicación de la mujer.

El progreso logrado en los años recientes por los medios y las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información han abierto nuevas posibilidades para hacer visible la contribución de las mujeres a la sociedad. Ha facilitado la organización y comunicación de las mujeres atravesando los límites geográficos nacionales, regionales e internacionales.

Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación también han permitido que los grupos de mujeres con diversos intereses y agendas tanto dentro de los países como atravesando las fronteras comiencen a trabajar juntos. De esta manera han descubierto el poder liberador de Internet y sus ricas posibilidades. Muchas organizaciones de mujeres que trabajan en línea dicen que se han beneficiado al lograr ser más visibles a través de sus sitios *web*, al acceder a la ayuda de donantes y a la información regional e internacional relacionadas con el movimiento de mujeres. Los informes señalan que las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación también ofrecen nuevos puestos de trabajo a las mujeres.

No obstante, a pesar de estos aspectos positivos, hay más mujeres al otro lado en la división digital, sin acceso a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. Las barreras estructurales tales como la pobreza, el desarrollo económico desigual, el idioma, la tecnofobia, aumentan aún más esta situación.

También crece la preocupación de que la revolución de la información esté creando un nuevo orden mundial de las comunicaciones configurado y dominado por las grandes corporaciones transnacionales que se preocupan más por sus ganancias que por ofrecer un servicio público. Ésta es la doble cara de la red en la que se abren portales comerciales que mantienen los estereotipos y los nuevos mitos creados por los propios medios. Por este motivo se ha expresado el temor de que la comercialización de

⁵ BOIX, M., FRAGA, C. y SENDÓN DE LEÓN, V. (2001): “*El viaje de las internautas. Una mirada de género a las nuevas tecnologías*”. Madrid, Ameco. pág. 27.

los medios lleve a la marginación, y aún a la desaparición de los pequeños medios locales que dan voz a los sectores sin voz, incluyendo a las mujeres.

Como nos indica el Doctor Fernando R. Contreras, la llamada cibernsiedad es una sociedad sostenida a través de los cambios en sus estructuras que provocan nuevos modelos y transformaciones de los vigentes mediante la introducción de la tecnología informática.⁶ Un ordenador conectado al ciberespacio, dice Pierre Lévy, puede recurrir a las capacidades de memoria y de cálculo de otros ordenadores de la red (que a su vez hacen otro tanto), así como a diversos aparatos distantes de captura y visualización de información.⁷ Esto nos conduce, continuando con el razonamiento del Doctor Contreras a que, lejos de configurar un nuevo orden social estimado por coordenadas efímeras que obedezcan a modas pasajeras, debemos considerar y valorar los nuevos medios informáticos de la comunicación y de la información como responsables de los cambios en nuestros hábitos y costumbres, así como el orden organizativo que regula nuestra sociedad.⁸ El ciberespacio, cada vez más identificado con el espacio creado por las redes informáticas, especialmente la internet, lleva esta discusión a mostrarnos que “los participantes de la comunicación mediatizada por el ordenador desarrollan formas de expresión capacitadas para la comunicación de información social”⁹.

A principios de la década de los 90 algunas mujeres fueron capaces de entrever la importancia estratégica del uso de las nuevas tecnologías en el desarrollo y la defensa de los derechos de las mujeres¹⁰. Desde la conferencia de Beijing en 1995, se considera una esfera de especial preocupación la constante proyección de imágenes negativas y degradantes de la mujer, así como su desigualdad en el acceso a la tecnología de la información.

Desde entonces también se reivindica la importancia de las redes de mujeres; tanto las que proporcionan noticias sobre mujeres, como aquellas que utilizan medios alternativos para hacer llegar a las mujeres y a los grupos de mujeres información que les ayuden y apoyen en sus actividades personales, familiares y de desarrollo comunitario.

Marcó sin duda un antes y un después en el diseño de estrategias políticas del uso de las nuevas tecnologías por parte de las mujeres y en esa época asistimos al

⁶ CONTRERAS, F. (1998): “*El Cibermundo. Dialéctica del discurso informático*”. Sevilla, Alfar, pág. 76.

⁷ LÉVY, P. (1999): “*¿Qué es lo virtual?* Barcelona, Paidós Ibérica. pág. 45.

⁸ CONTRERAS, *Op. cit.* pág. 76.

⁹ JONES, S. G. (1995): “*Cybersociety*”. California, Sage, Thousand Oaks.

¹⁰ BOIX, M., FRAGA, C. y SENDÓN DE LEÓN, V. *Op. cit.* pág. 29.

nacimiento de numerosos proyectos que han consolidado con el paso del tiempo su presencia en la red.

Pero la red va creciendo de manera insospechada y el proceso de incorporación de las mujeres a las nuevas tecnologías es como en otros campos, más lento que el deseado. La aparición de la internet como nuevo medio de comunicación ha generado una fuerte controversia sobre el surgimiento de nuevos patrones de interacción social.¹¹ La red de internet es una maravillosa herramienta para la difusión de contenidos y el movimiento femenino, que ha sido uno de los principales motores en el proceso de transformación social del siglo XX y con toda seguridad lo será más del siglo XXI, debe tener sin duda su peso específico en ella.

Las condiciones de la humanidad, tanto sociales como psicológicas, siempre han estado muy relacionadas con la tecnología y hoy es más cierto que nunca ya que la condición electrónica, el incremento exponencial en número, el poder y la búsqueda de tecnologías invaden tanto el panorama social como la intimidad del ser físico y psicológico.¹² Como la comunicación constituye la esencia de la actividad humana, todas las áreas de la actividad humana están siendo modificadas por la intersticialidad de los usos de la internet.¹³

Imaginemos lo que significaría poner en común el conocimiento de los distintos movimientos femeninos en la red, la posibilidad de acceso a los textos para el debate y la reflexión desde todo el planeta, desde los puntos más aislados en los que, por otro lado, el acceso a la internet es cada vez más frecuente. Internet ofrece posibilidades como medio de comunicación alternativo para que circule la información elaborada con perspectivas menos sexistas y con contenidos menos sesgados.

Si el mundo está, como vislumbraba Teilhard de Chardin, recubierto de una noosfera, de una capa de materia pensante con una conciencia propia, la internet es el sistema nervioso, con facultades que superan a cada una de las partes, sea cualitativa o cuantitativamente.¹⁴

Dentro de la red empezamos a construir una esfera personal, rodeándonos con una línea invisible, una especie de membrana permeable pero resistente: nuestra ciberesfera.

¹¹ CASTELLS. *Op. cit.* pág. 137.

¹² KERCKHOVE, D. (1999): “*Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la web*”. Barcelona, Gedisa. pág. 173.

¹³ CASTELLS. *Op. cit.* pág. 305.

¹⁴ CANDEIRA, J. (2001): “La web como memoria organizada: el hipocampo colectivo de la Red”, *Revista de Occidente*, nº 239. Madrid, Fundación José Ortega y Gasset.

Hemos adquirido la habilidad de proyectarnos mucho más allá de nuestros límites y de recibir las proyecciones de otras personas como si pudiéramos “llevarlas puestas”. Nuestra nueva piel es muy sensible; está hecha de millones de interacciones de ordenadores y webs electrónicas de todo el planeta. Este es un mundo táctil. En realidad, el mundo ya no “está allí”, está aquí mismo, bajo nuestras pieles. Ahora que nos hemos extendido más allá de las fronteras de nuestro ser biológico, tendremos que retocar nuestro maquillaje psicológico de acuerdo con estos cambios.¹⁵

Esta ciberesfera empieza a ser el centro de nuestro universo. Interactuamos y nos comunicamos con creciente frecuencia desde dentro de este “círculo personal”, que se extiende de mi “yo” individual al “nosotros” colectivo. El incremento de las interacciones humanas – personales, sociales e institucionales -, a través de las redes integradas, está concentrando y multiplicando la energía mental humana.¹⁶ En el caso concreto de las mujeres, como en el de tantos otros colectivos sociales, esta comunión entre personas dentro de la ciberesfera abren nuestra mente biológica, no hacia una mente colectiva, como decía McLuhan, sino más bien hacia una suma de mentes conectadas, de inteligencias en conexión, como afirma Kerckhove, por un mismo objetivo. Actualmente sólo la internet puede proporcionar la infraestructura para un mundo verdaderamente conectado.¹⁷

Los nuevos medios nos seducen, y nos depositan, a cada uno, dentro de un universo, una ciberesfera, propia; individual y colectiva, de una mujer y de lo femenino, cuyo centro consiste en nosotros mismos, junto con todos nuestros deseos, necesidades e historias. Esta cara de la internet es la que las mujeres y los hombres, en definitiva los seres humanos debemos aprovechar aunque conviva con la cruz de los muchos portales comerciales que mantienen y refuerzan arquetipos clásicos, y generan nuevos estereotipos; portales que aunque aparecen enmascarados se convierten simplemente en nuevos medios para viejas ideas.

Aún así, la red de internet nos ofrece como dice Derrick de Kerckhove, la posibilidad de que la presión de las mentes humanas concentradas en las mismas cuestiones y las habilidades de autoorganización de la red, creen un potencial para una gran unidad de propósito.¹⁸

¹⁵ KERCKHOVE. *Op.cit.* pág. 191.

¹⁶ *Ibidem.* pág. 175.

¹⁷ *Ibidem.* pág. 178.

¹⁸ *Ibidem.* pág. 183.