

LAS BRECHAS DIGITALES DE GÉNERO

Este documento es un avance de resultados del *Observatorio e-igualdad* dentro del proyecto de investigación Centro e-Igualdad. En él se abordan las características y la dimensión de la brecha digital de género en España a partir de la encuesta TIC-Hogares del INE, combinando la desagregación por sexo de los datos, con el análisis de las diferencias de género en relación con algunas variables sociodemográficas especialmente significativas.

INTRODUCCIÓN

El uso de los ordenadores e Internet por parte de la población, constituye uno de los rasgos indispensables para la adecuación del capital humano a los requerimientos de la economía del conocimiento. No obstante, las oportunidades que ofrece la incorporación a las TIC se ven obstaculizadas por factores que retrasan la adopción de estas innovaciones por parte de la ciudadanía y las empresas. En ese contexto, el género, junto a otras características individuales como la edad, el nivel de estudios o la situación laboral, puede convertirse en un factor más de inclusión -o exclusión- social.

Analizar la situación de la incorporación a las TIC desde una perspectiva de género conlleva la necesidad de diferenciar la existencia de varias brechas digitales, de carácter y alcance diferente. La primera brecha digital de género aparece en el acceso a la tecnología (carácter cuantitativo). La segunda en la utilización que se hace de ella y marca el grado de incorporación efectiva a la misma (de mayor alcance y de carácter cualitativo). Finalmente, todo indica que existiría una tercera brecha digital de género, circunscrita al uso de los servicios TIC más avanzados (también de carácter cualitativo y de gran importancia para la evolución de las dos anteriores).

PERSPECTIVA EUROPEA

En consonancia con los países de nuestro entorno geográfico y socioeconómico, el volumen de población usuaria de Internet ha aumentado de forma considerable en España en los últimos años (Tabla 1). El porcentaje de mujeres internautas está todavía, sin embargo, por detrás del de los hombres. Pero esta brecha de género tiende a reducirse, ya que la media de la Unión Europea ha pasado del 22% en 2004 al 11%-12% en 2008.

Tabla 1. Personas que usan de forma regular Internet por países, periodo y sexo, en % (*).

	2004		2008		Brecha digital de género	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	2004	2008
Noruega	62,6	73,1	83,4	88,1	-14,3	-5,3
Suecia	72,9	77,6	81,3	85,6	-6,1	-5,0
Dinamarca	65,7	73,4	78,2	82,7	-10,5	-5,4
Finlandia	63,1	63,3	76,7	80,2	-0,4	-4,3
Reino Unido	42,5	54,9	65,6	74,2	-22,4	-11,6
Alemania	44,0	55,3	62,4	73,2	-20,4	-14,8
UE 15 (15 países)	35,7	46,0	55,9	63,5	-22,4	-11,9
UE 27 (27 países)	31,3	39,9	52,8	59,5	-21,6	-11,3
España	26,7	36,2	44,7	53,6	-26,4	-16,7
Portugal	23,2	27,1	33,7	42,8	-14,3	-21,3
Italia	20,4	31,1	31,7	42,8	-34,5	-25,9

Fuente: Observatorio e-igualdad (UCM), a partir de EUROSTAT 2008.

(*) % de individuos de 16 a 74 años que acceden a Internet *al menos una vez a la semana* (últimos tres meses). La Brecha Digital de Género se ha calculado como el cociente entre el valor correspondiente a las mujeres y el valor correspondiente a los hombres, menos uno. En rojo los casos en que la brecha digital de género ha aumentado.

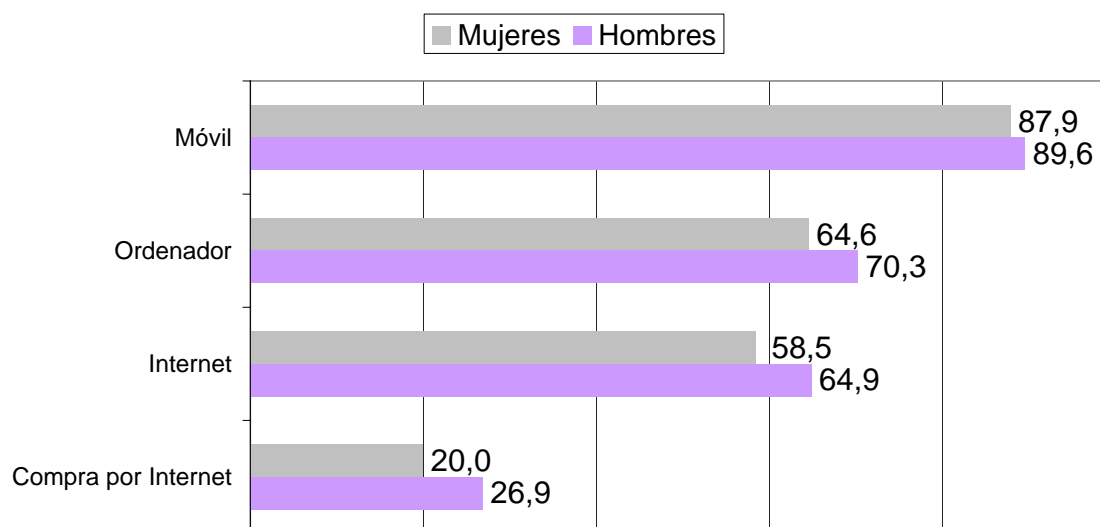
Dentro de esa tendencia europea, como es conocido, son los países escandinavos los que presentan mayores tasas de uso de Internet, así como menores niveles de desigualdad de género. En la vertiente contraria, países como España, Italia y Portugal, presentan tasas de acceso a la Red sensiblemente más reducidas y mayores brechas digitales de género. En el caso concreto de nuestro país, en 2008 el 54% de los hombres de entre 16 y 74 años accedieron a Internet al menos una vez por semana, frente al 45% de las mujeres, lo que arroja una brecha digital de género de casi el 17% (26% en 2004).

LA PRIMERA BRECHA DIGITAL DE GÉNERO

Si entendemos por primera brecha digital la que se produce en el momento del acceso a las TIC, y marca la diferencia entre quienes las han utilizado en alguna ocasión y quienes nunca lo han hecho, la situación en España desde una perspectiva de género muestra importantes diferencias no sólo en cuanto al uso de Internet, sino también en el caso de otras tecnologías y aplicaciones como el ordenador o el comercio electrónico. Esas diferencias son mínimas en el caso de la tecnología de mayor difusión (el teléfono móvil) mientras que la brecha se va haciendo más significativa a favor de los hombres conforme incluimos la utilización de otras como el mencionado ordenador, Internet o el comercio electrónico (Gráfico 1).

Gráfico 1. Personas que han utilizado alguna vez teléfono móvil, ordenador, Internet y comercio electrónico (2008), en %.

(Fuente: Observatorio e-igualdad (UCM) a partir de INE 2008)



Si atendemos a las características de la población que ha accedido a Internet alguna vez, se observa que la edad, el nivel formativo y la situación laboral son variables clave. La edad presenta una relación inversamente proporcional respecto al porcentaje de personas usuarias y directamente proporcional respecto del tamaño de la brecha digital de género. Mientras que las internautas jóvenes (entre 16 y 34 años, segmento poblacional que más accede a la Red) aventajan ligeramente a sus coetáneos varones (2,4%), la desventaja femenina se manifiesta de manera evidente y creciente en las restantes franjas de edad (Tabla 3).

Tabla 3. Población que ha utilizado Internet alguna vez, por edad, nivel de estudios y situación laboral, en %

	Mujeres	Hombres	Brecha Digital de Género (*)
TRAMOS DE EDAD			
16 a 34	89,3	87,2	2,4
35 a 44	68,1	72,2	-5,7
45 a 54	50,9	61,3	-16,9
55 a 64	22,2	34,4	-35,5
65 a 74	6,8	15,1	-54,8
NIVEL DE ESTUDIOS TERMINADOS			
Educación Primaria	13,3	20,6	-35,6
1ª etapa E. Secundaria	53,7	63,4	-15,3
2ª etapa E. Secundaria	78,9	85,6	-7,9
FP Grado Superior	87,8	86,2	1,8
Ed. Universitaria	93,8	95,0	-1,3
SITUACIÓN LABORAL			
Con empleo	76,1	72,5	4,9
Sin empleo	40,5	48,1	-15,8
Diferencia con-sin empleo	35,6	24,5	45,6

Fuente: Observatorio e-igualdad (UCM) a partir de INE 2008

(*) La Brecha Digital de Género se ha calculado como el cociente entre el valor correspondiente a las mujeres entre el valor correspondiente a los hombres, menos uno.

Por otra parte, la tendencia general es que, a mayor nivel de estudios, mayor es el volumen de uso de Internet y menor es la diferencia entre hombres y mujeres, aunque esta última tendencia se rompe en los estudios universitarios, donde vuelve a constatarse un repunte de la desigualdad. Como hemos apuntado en otras ocasiones, esta circunstancia está relacionada con la masculinización y feminización relativa de determinadas disciplinas académicas y las diferencias en contenidos e

intensidades tecnológicas que presentan. Así, esta problemática se relacionaría con otros hechos como el estancamiento, incluso la reducción, del porcentaje de mujeres que estudian carreras tecnológicas (informática e ingenierías) o con la escasa proporción de mujeres que trabajan como profesionales de la informática.

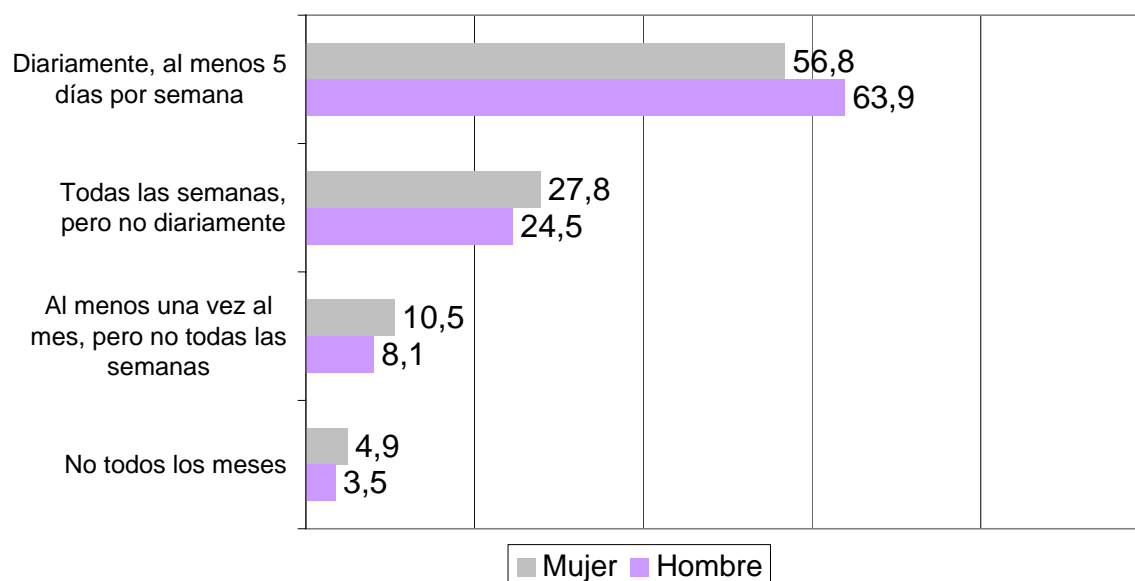
En cuanto a la situación laboral, la ocupación parece multiplicar las posibilidades de conexión y afecta en mayor medida a las mujeres. El hecho de estar empleada ejerce una influencia determinante con respecto a la utilización de Internet por parte de las mujeres (casi 36 puntos de diferencia con las no ocupadas), muy superior al caso de los hombres (24,5 puntos de diferencia entre ocupados y no ocupados). Estos datos confirman la importancia del puesto de trabajo para el acceso a Internet, particularmente para las mujeres.

LA SEGUNDA BRECHA DIGITAL DE GÉNERO

Más allá de la desventaja femenina en el acceso a las TIC en general y a Internet en particular, que dibuja una primera brecha digital de género, se confirma la presencia de una segunda brecha digital, de alcance muy superior. Segunda brecha digital de género que no sólo es cuantitativa — determinada por la proporción de personas que acceden a las TIC— sino, también y sobre todo cualitativa, pues viene marcada por las diferencias en habilidades tecnológicas (*qué se sabe hacer*), en la intensidad (*cuánto se hace*) y el tipo de uso (*qué se hace*). Esta situación afecta de manera decisiva a quienes ya están incorporados a estas tecnologías y marca una situación de desigualdad de género de segundo nivel. Supone, en definitiva, la barrera más importante de cara a la incorporación efectiva (o e-inclusión) de más mujeres a Internet y, por tanto, del aprovechamiento de su potencial en términos de capital humano y social.

Con respecto a la frecuencia de uso, se observa que, en líneas generales, la mayoría de quienes acceden a Internet son usuarios frecuentes (hacen un uso diario o, de al menos, 5 días por semana), aunque con ventaja de los hombres sobre las mujeres: ese es el caso del 64% de ellos, frente al 57% de ellas. Por el contrario, las mujeres usuarias predominan (aunque por márgenes escasos) entre quienes hacen un uso menos frecuente de Internet (Gráfico 2).

Gráfico 2. Frecuencia de uso de internet (último trimestre)
(Fuente: Observatorio e-igualdad (UCM) a partir de INE 2008)



Pasando a considerar *qué se hace* cuando nos conectamos a Internet, podemos atender a tres áreas temáticas de usos básicos: la comunicación y búsqueda de información; la banca y venta

electrónicas; y la formación online. Estos usos son los más extendidos entre la población, si bien predominan los de la primera categoría (comunicación e información), claramente por encima de la formación y las transacciones económicas. De hecho, las dos actividades más frecuentes en la Red (con porcentajes de uso de más del 80% entre las y los internautas) se encuadran en ella: la mensajería electrónica y la búsqueda de información sobre bienes y servicios (noción genérica asimilable al término “navegar”), siendo además escasas diferencias entre mujeres y hombres en ambos casos. Parecida situación se da respecto al tercer uso más habitual (porcentajes de uso en torno al 60%): servicios de viajes y alojamiento (Tabla 4).

Tabla 4. Usos básicos de Internet, en %.

	Hombres	Mujeres	Brecha Digital de Género (*)
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN, BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN Y SERVICIOS ON-LINE			
Recibir o enviar correo electrónico	82,0	81,7	-0,4
Búsqueda de información sobre bienes y servicios	82,0	81,4	-0,7
Utilizar servicios relacionados con viajes y alojamiento	60,9	62,9	3,3
Descarga de software (excluido el de juegos)	42,6	27,9	-34,5
Leer o descargar periódicos o revistas de actualidad on-line	53,3	40,7	-23,6
Buscar empleo o enviar una solicitud a un puesto de trabajo	18,3	25,3	38,3
Buscar información sobre temas de salud	39,2	49,0	25,0
BANCA Y VENTA (**)			
Banca electrónica y actividades financieras	37,9	31,2	-17,7
Venta de bienes y servicios	8,9	4,4	-50,6
EDUCACIÓN Y FORMACIÓN			
Buscar información sobre educación, formación u otro tipo de curso	43,3	53,2	22,9
Realizar algún curso vía Internet de cualquier materia	9,4	11,5	22,3
Consultar Internet para algún tipo de aprendizaje	43,9	44,7	1,8

Fuente: Observatorio e-igualdad (UCM) a partir de INE 2008

(*) La Brecha Digital de Género se ha calculado como el cociente entre el valor correspondiente a las mujeres entre el valor correspondiente a los hombres, menos uno.

(**) El INE sólo incluye entre los servicios básicos la banca y la venta electrónicas. El comercio electrónico (compra y venta) es analizado en otro apartado de la Encuesta TIC-H de manera específica.

Más allá de esas tendencias generales de la población internauta en España, observamos interesantes diferencias en los usos concretos de mujeres y hombres. Los datos demuestran que los hombres usuarios tienden a hacer un uso de la Red más relacionado con el ocio, el consumo y fines lúdicos, mientras que las mujeres internautas optan en mayor medida que ellos por usos de naturaleza más funcional, como los relacionados con el empleo, la salud o la formación. La mayor brecha digital de género se produce en la descarga de software, la lectura y descarga de periódicos y revistas, y en actividades de carácter económico (cuyo volumen de uso es en todo caso mucho más reducido) como la venta de bienes y servicios, la banca electrónica o las actividades financieras. Por su parte, las usuarias aventajan con claridad a los usuarios en la búsqueda de trabajo (38%), los servicios educativos y formativos (22%) y la consulta de cuestiones de salud (25%).

¿TERCERA BRECHA?

Si el análisis de los usos básicos ya indica la existencia de una segmentación de género en la utilización de la Red, la consideración de los usos avanzados, esto es, las aplicaciones de Internet más innovadoras en el terreno de la comunicación y el ocio, corrobora esa apreciación, al tiempo que plantea la decisiva cuestión de la presencia de otra línea de fractura: la tercera brecha digital de género.

Aunque relativamente menos populares, los servicios TIC avanzados de comunicación y ocio (Tabla 5) tienden a ser menos utilizados por las mujeres. Las diferencias, esto es, la brecha de género, en los usos avanzados de comunicación es especialmente acusada en el caso del envío de mensajes a chats, grupos de noticias o foros de discusión (31%), telefonar a través de Internet (28%), la lectura de blogs (21%) o las videollamadas (14%). La brecha es mucho más acusada en los servicios avanzados de ocio: hay una fuerte desventaja femenina en todos los casos, con una media de

diferencia del entorno del 30%. Especialmente aguda es la brecha en lo tocante a los juegos, tanto a su uso en red (58%) como a las descargas (42%).

Tabla 5. Usos avanzados de Internet, en %.

	Hombres	Mujeres	Brecha Digital de Género (*)
USOS AVANZADOS DE COMUNICACIÓN			
Telefonar a través de Internet	10,8	7,8	-27,8
Videollamadas (a través de webcam) por Internet	19,7	16,9	-14,2
Envíos de mensajes a chats, grupos de noticias o foros de discusión o-line	29,9	20,7	-30,8
Uso de mensajería instantánea (p.ej Messenger)	53,2	54,4	2,3
Lectura de blogs	34,4	27,1	-21,2
Creación o mantenimiento del propio blog	9,1	9,7	6,6
Otras actividades de comunicación	9,0	7,1	-21,1
USOS AVANZADOS DE OCIO			
Escuchar radios emitidas por Internet y/o ver TV emitida por Internet	46,3	35,0	-24,4
Descargar y/o escuchar música (en sitios distintos a radios emitidas por Internet)	55,5	48,8	-12,1
Descargar y/o ver películas, cortos ó ficheros de vídeos (en sitios distintos a TVs emitidas por Internet)	46,2	36,4	-21,2
Uso de aplicaciones para compartir ficheros peer-to-peer (p.ej eMule)	38,5	29,6	-23,1
Uso de servicios de podcast para recibir automáticamente ficheros de audio o vídeo	10,3	6,7	-35,0
Descargar juegos de ordenador o videojuegos (incluidas actualizaciones)	16,3	9,5	-41,7
Jugar en red con otros y otras	16,4	6,9	-57,9
Colgar contenidos propios (texto, fotos, música,...) en una web para ser compartidos	15,7	12,9	-17,8
Usar un buscador basado en noticias actualizadas (p.ej RSS) para leer nuevos contenidos en páginas web	22,8	15,9	-30,3
Otros servicios audiovisuales	7,2	5,1	-29,2

Fuente: Observatorio e-igualdad (UCM) a partir de INE 2008

(*) La Brecha Digital de Género se ha calculado como el cociente entre el valor correspondiente a las mujeres entre el valor correspondiente a los hombres, menos uno.

Esto confirma lo ya apuntado en el sentido de que los hombres tienden a hacer un mayor uso de la Red con fines de consumo y lúdicos, en los que, además, la presencia de productos tecnológicos es también más acusada. A diferencia de las mujeres que presentan una tendencia más acusada a optar por servicios con un mayor contenido práctico y social.

CONCLUSIONES

Hoy en España -y en el conjunto europeo- la brecha digital de género en el acceso a las TIC (primera brecha digital de género) persiste. Aunque el volumen de población usuaria de Internet ha aumentado de forma considerable en los últimos años, el porcentaje de mujeres internautas está todavía por detrás del correspondiente a los hombres.

Se constata también la existencia de una segunda brecha digital de género, sustentada en la menor intensidad de la incorporación femenina a Internet y que presenta significativas diferencias en los usos que mujeres y hombres hacen de las TIC, especialmente patentes en el caso de los vinculados al consumo y al ocio, todos ellos mucho más empleados por los hombres que por las mujeres, frente al mayor uso que éstas hacen de servicios relacionados con el bienestar social.

Pero además, se plantea la presencia de una tercera brecha digital de género que afecta a las aplicaciones que están a la cabeza del desarrollo de Internet. Esta situación puede resultar de particular importancia para explicar la desigualdad de género en la SI, en tanto que afecta precisamente al entorno clave en el que se fraguan y lideran los cambios tecnológicos, económicos y sociales. Si esas aplicaciones no están diseñadas para el apoyo y aprovechamiento del 50% de la población, constituyen una barrera para que la SI contribuya a la igualdad de género. De hecho, la misma existencia de esta brecha pone en cuestión un modelo de SI que, por no considerar suficientes elementos de inclusión, tenderá al fracaso y la no sostenibilidad.