

Publicidad en la red: nuevas tecnologías, viejos estereotipos

María Cruz Rubio Liniers¹

Responsable del Área de H⁹ del CINDOC-CSIC

INTRODUCCIÓN

Internet es el gran medio de comunicación de masas para el siglo XXI. En la red conviven todo tipo de recursos: páginas personales, directorios temáticos, webs institucionales o publicaciones electrónicas. La red potencia la relación interpersonal a través del correo electrónico o las listas de debate y es tanto un escaparate internacional de empresas e instituciones como el vehículo de difusión de las minorías.

Durante los primeros años de existencia de Internet, la red tuvo hegemonía masculina. Sin embargo, a partir de 1998 la proporción de mujeres usuarias ha crecido de modo exponencial y actualmente, en Estados Unidos, está en torno al 49% ²

En España, según datos de la Asociación de Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) de mayo de 2002, hay un 39,3% de mujeres internautas, frente al 60,7% de hombres³. El perfil de la española que utiliza Internet es una mujer trabajadora y ama de casa, entre 26 y 40 años, con estudios superiores, que dice conectarse por entretenimiento, fundamentalmente desde su domicilio⁴.

¹ CINDOC-CSIC

² Castells, Mercé. "Mujeres en Internet: una cuestión de género". En:
<http://www.emprendedoras.com/articles/article16.htm>

³ www.aimc.es/aimc/html/inter/datos.html

⁴ <http://mujeractual.com/encuestas/>

En una reciente investigación estadounidense sobre el comportamiento de las niñas ante las tecnologías⁵ se incluía un dato interesante: el 65% de las niñas dedica su tiempo libre a navegar por Internet.

Según estos datos, el futuro de la Red está en manos de las mujeres. El número de mujeres que dirigen o participan en proyectos de Internet tiene cada día un mayor crecimiento. La red posibilita la interacción y las mujeres van tejiendo esa “red” en la Red, que las internautas anglosajonas denominan el “empowerment” de las mujeres, y que no es sino la posibilidad de que podamos tener un mayor poder de decisión sobre nuestras propias vidas.

Internet es un mundo anárquico, desestructurado, un universo plural reflejo de la sociedad, donde conviven todas las ideologías, dominantes y marginales y todas las culturas y nacionalidades. Las páginas que consultamos hoy pueden no estar mañana, y en esta inconsistencia sólo sobreviven aquellos webs que cuentan con un fuerte apoyo empresarial o institucional.

El éxito del concepto “aldea global”, lanzado por el sociólogo Marshall McLuhan, no debe inducirnos a pensar que la globalidad de las comunicaciones o la democratización de su acceso representa la desaparición de las diferencias culturales, o geográficas, ni a la idea de que estamos ante una sociedad más justa e igualitaria.

En una primera aproximación al tema de la mujer en Internet, podría dar la impresión de que el anonimato físico que ofrece esta tecnología podría esconder el sexo de los usuarios/as y permitir unas relaciones más libres e igualitarias, eliminando las desigualdades en razón del sexo.

Internet no es más que un medio de expresión plural, por lo que podemos partir de la idea de que vamos a encontrar en la red tantas imágenes de mujeres como en el mundo real en que vivimos. Por ello, no será idéntica la realidad de la mujer estadounidense que la de una mujer del Tercer Mundo. Internet, que comenzó siendo un medio asexuado, como una vía de comunicación científica y técnica, puede llegar a convertirse en un espejo de nuestra sociedad de géneros.

⁵ www.smartgirl.com

A la hora de analizar la presencia de la mujer en Internet nos planteamos un sinfín de preguntas: ¿la capacidad de acceso de las mujeres a Internet tiene un paralelismo en la oferta a ellas dirigida?; ¿presenta Internet, como reflejo social, la variedad de realidades que viven hoy las mujeres?; ¿la mujer-objeto o el estereotipo femenino se mantiene en la Red? o ¿se advierte algún cambio en esta imagen de la ofrecida a través de otros medios? ¿Hay una nueva mujer-virtual?

Si Internet es un medio tan eficaz de comunicarnos, de hacernos oír y de compartir experiencias; si parece además enormemente esperanzador nuestro futuro no sólo como usuarias sino como creadoras de Internet, ¿se corresponde en la actualidad la imagen que Internet ofrece de la mujer a nuestra realidad personal y colectiva?

Hemos intentado responder a estas preguntas estudiando tres *cyber-mundos* donde existe una presencia fundamental de las mujeres: 1) la imagen de la mujer para los hombres, 2) la imagen creada para las mujeres, a través de los portales y recursos específicamente femeninos y 3) la imagen presentada por las propias mujeres a través de los webs de redes, ONG's e instituciones a favor de la igualdad. El objetivo de este trabajo es observar cómo nos ven los hombres, cómo nos vemos las mujeres y qué posibilidades ofrece Internet a las mujeres para construir su verdadera imagen.

Internet es un medio nacido para la información textual, aunque cada vez se van incorporando más y mejores imágenes. Pero no olvidemos que la pura imagen, sin otro tipo de análisis, puede llevar a graves errores de representación. Robert Troups ha recogido en **Babes on the Web**⁶ más de 300.000 sitios con imágenes de mujeres, por países. A pesar de manifestar que su "sitio" no es sexista, él marca, con una, dos o tres "touples"(estrellas), aquellas imágenes que considera más llamativas y de mejor calidad, acompañado todo ello con un directorio de nombres y apellidos. Se da el caso de que con sólo una estrella aparece la imagen de una profesora del MIT, que ha quedado relegada al final del "ranking" en virtud de su mera apariencia física.

Por ello, nuestro estudio analiza no sólo las imágenes corporales de las mujeres en Internet sino también los contenidos de los mensajes dirigidos a ellas como ilustrativos de la opinión social. Y, por supuesto, las nuevas imágenes que, de sí misma, la mujer está construyendo en la Red.

⁶ <http://www.touples.com/>

1. La imagen de la mujer para los hombres. Pornografía y violencia de género

Hoy en Internet ante la pregunta “*mujeres*” en cualquier buscador o metabuscador utilizado,⁷ el sistema nos responde con millones de páginas de muy distinto origen, mensaje y contenido. Páginas personales, directorios, índices, recursos profesionales e institucionales, imágenes y textos. Y de ellas, un número muy elevado corresponde a desnudos femeninos como objeto de placer para el sexo contrario.

La pornografía femenina, presente tradicionalmente en la prensa, cine o televisión, y que parecía haber sufrido un retroceso a partir de la denuncia de los grupos feministas y de las Declaraciones Internacionales por la igualdad de derechos, adquiere nuevamente en Internet un gran auge con una dimensión más amplia y con mayores problemas de erradicación.

Al ser la Red un medio desorganizado y sin control, nos llegan, sin quererlo, imágenes-pornográficas o eróticas que muestran el cuerpo de la mujer como objeto de placer masculino.

Estas imágenes pueden ser manipuladas, modificadas y utilizadas como elemento de placer, por lo que la objetivización del cuerpo femenino va más lejos que en otros medios tradicionales y acostumbran al hombre a conseguir de la mujer cualquier capricho o deseo. Pero además, la mujer virtual, como objeto sexual, no es una verdadera mujer, por lo que la violencia y la manipulación están exentas de valoraciones morales. *“El consumo de cyber-pornografía lleva a una insensibilización, a una falta de empatía, o sea, de ponerse en el lugar del otro... Desde este punto de vista, tenemos que “agradecer” a la tecnología informática una buena parte del aumento de la violencia.”*⁸

El sexo virtual se ampara no sólo en el anonimato sino que es defendido por muchos hombres con la excusa de que su prohibición significaría un ataque a la libertad de expresión, por lo que aún no existe una legislación clara contra la pornografía femenina.

Además, Internet está siendo el medio ideal para que las propias prostitutas se anuncien y se establezcan contactos entre las grandes mafias globales. En un artículo publicado recientemente⁹ en el *Chicago Tribune* se denuncia una página Web donde se reclutan mujeres brasileñas para ejercer la prostitución en España.

⁷ Nota. Al final se incluyen las direcciones de los buscadores y metabuscadores utilizados.

⁸ Gerstendörfer, Monika. "Violencia por computadora" <http://www.lolapress.org/artspanish/gerss5.htm>

⁹ www.nua.com/surveys/

La Comisión Europea, en 1996, aprobó una comunicación sobre “*Contenido ilegal y perjudicial en Internet*”, en la que se condena cualquier material “*que viola la dignidad humana... y la incitación a la violencia contra grupos de personas en base a su raza, nacionalidad o sexo...*” Las medidas de autocontrol de Internet, como alternativa a la censura legislativa, -programas de filtro como Cyber Patrol o sistemas de clasificación-, están siendo muy contestadas por ineficaces¹⁰.

La Plataforma de Acción de Beijing (PBA), adoptada por los estados miembros de las Naciones Unidas en 1995 para afrontar los problemas en relación con las mujeres, señala estrategias y acciones que se consideran primordiales para encarar este problema. El Informe “**Women Action 2000**”¹¹ dice: “Los medios deben abstenerse de presentar a las mujeres como seres inferiores y de explotarlas como objetos sexuales”.

En muchos casos, junto a la violencia de género, encontramos también una discriminación racial. La página de contactos sentimentales “**Te amo.com**”¹² organiza a sus clientas por etnias: “Mujeres europeas, mujeres rusas, mujeres latinas y orientales”. Dentro de los estereotipos al uso, advertimos que, mientras a las orientales o latinoamericanas se las presenta más “atractivas” o “descocadas” según los gustos masculinos, la imagen de la mujer europea es tratada de forma mucho más correcta y con jersey de cuello alto.

A pesar de todo ello, la ventaja de la estructura democrática de la red permite a las mujeres denunciar la manipulación de su imagen. Así en **About-Face**¹³ encontramos, con una divertida e inteligente crítica, los “tops” de la publicidad sexista, tanto por empresas como por países.

En España, existen algunas asociaciones de mujeres que luchan contra esta imagen negativa de las mujeres. Así AMECO¹⁴, (Asociación Española de mujeres profesionales de los Medios de Comunicación) “*quiere ser un foro para positivar la imagen de la mujer, tan deteriorada y maltratada por los medios*” o la Asociación de Mujeres Periodistas¹⁵ que tiene un Observatorio de Género, donde se pueden enviar direcciones favorables o reprobables.

¹⁰ Es interesante en este aspecto el artículo de Javier Villate. "La libertad de expresión en Internet: Retos y amenazas". <http://www.arnal.es/free/docs/censura-f.html>

¹¹ <http://www.womenaction.org/csw44/altrepsa.htm>

¹² <http://www.teamo.com/espa/>

¹³ <http://www.about-face.org/gallery/newten/five.html>

¹⁴ <http://www.nodo50.org/ameco/>

¹⁵ <http://www.adpc.org/>

Tan generalizada está la utilización de la imagen de la mujer en la publicidad a través de Internet que incluso su imagen se utiliza como reclamo para “servidores” gratuitos. Así el distribuidor argentino Fullzero, ofrece un servicio gratuito de correo electrónico con la imagen de una mujer atractiva y debajo el texto “Fullzero hace realidad su deseo”¹⁶. Y ¿cuál es la mayor oferta de salvapantallas?: Mujeres desnudas.

2. Internet para las mujeres. Los portales femeninos: Estereotipos tradicionales

En los últimos tres años, se ha pasado de carecer de recursos dirigidos expresamente a la mujer, a inundar la red con portales de temática exclusivamente femenina. Cuando parecía que la política de igualdad entre hombres y mujeres estaba consiguiendo en los países desarrollados importantes logros y cotas de aceptación, esta tendencia hacia la especialización puede parecer contradictoria.

La proliferación actual de los portales temáticos femeninos, es considerada por la mayoría como una consecuencia de la mayor capacidad adquisitiva de la mujer. Estos sitios son fundamentalmente productos de marketing, de holdings editoriales o multinacionales de la comunicación que han advertido el crecimiento de las mujeres como usuarias de Internet y las consideran como potenciales consumidoras. En Estados Unidos, el 46% de las compras on-line son hechas por mujeres. El prototipo de internauta es una madre de familia de raza blanca, entre los treinta y los cincuenta años, y con un alto poder adquisitivo. Muy pocos portales consultados se libran de la oferta de un “shopping” virtual para realizar las compras sin salir de casa.

Sólo en el ámbito de habla hispana, hemos localizado más de 60 portales dirigidos a mujeres e incluso un buscador “**Femina.com**” sobre recursos para, por y sobre mujeres. Incluso directorios y buscadores horizontales como Lycos, Navegalia, Yahoo, etc. se han decantado por apartados típicamente femeninos.

Están elaborados a imitación de sitios norteamericanos como **¡Village.com** y **www.women.com**, al parecer de gran éxito, por el número de visitas que reciben. Tan importante parece la rentabilidad de dichos portales que Microsoft ha lanzado un portal temático “Women Central”¹⁷ subtítulo: **información para la mujer**, casi exclusivamente dedicado, como los anteriores, a promocionar la venta de moda y artículos de belleza a través de la red.

¹⁶ <http://fullzero.ubbi.com>

¹⁷ <http://womencentral.msn.com/>

A partir de ellos¹⁸ hemos realizado un análisis de sus contenidos publicitarios. El 90% de los portales consultados contienen como prioritarios los apartados de belleza, salud, cocina, familia, hogar y pareja. Respecto a la imagen física, todos ellos recogen un canon de belleza femenina muy similar a la que nos ofrecen las pasarelas de moda. Mujeres bellas, jóvenes y muy delgadas a las que se incita a gastar en productos de belleza, cuidar su salud y su dieta y hacer deporte.

Cadamujer.com tiene un apartado llamado **enforma.com** cuyos contenidos son esencialmente cuidar la celulitis, prácticas de aeróbic y recetas de medicina natural para mantener la línea. **De mujer.com** ofrece dietas para adelgazar más de diez kilos y promete como servicio estrella de la semana un chat con un cirujano plástico. Incluso en muchos de los apartados de salud, además de los problemas femeninos como menopausia o cáncer de mama, se insiste en la conveniencia de dietas y cuidados corporales y se informa sobre las operaciones de estética en los senos. **Ellasavvy.com** incluye en su portada, junto con temas de negocios y trabajo, un artículo con el siguiente texto: *Si estás pensando en cirugía para aumentar el tamaño de tus senos no estás sola. Miles de mujeres están utilizando un procedimiento que es la cirugía...* **L-Mujer.com** recomienda una dieta sana para aumentar el placer sexual. El editorialista de **nosotras.com** manifiesta *que esto es lo que realmente importa a las mujeres de hoy en día.*

Además de lo que representa esta imagen como estereotipo, son conocidos los estragos psicológicos que la dependencia de la figura física está provocando en las mujeres, sobre todo entre las jóvenes. Existe un buen número de sitios que denuncian el aumento de la anorexia y la bulimia. Es curioso y contradictorio que en los mismos portales, junto a las dietas más variadas y junto a las modelos más esqueléticas, se ofrezcan consejos médicos para evitar dichas enfermedades.

Incluso portales de cierta solvencia y contenidos interesantes sobre medicina y salud, utilizan el desnudo femenino como portada de sus artículos o informes. Por ejemplo, **Gine-Web** encabeza su portal con la Venus desnuda de Goya.

Pero también encontramos, sobre todo en lengua anglosajona, muchos webs creados por mujeres que no sólo ayudan a luchar contra estos problemas sino que además reivindican una imagen más real y que revaloriza la “gordura” en las mujeres¹⁹

¹⁸ Al final del texto se incluye la relación de portales y webs analizados en este trabajo

¹⁹ <http://www.realwomenproject.com>

En la mayoría de estos sitios existe el apartado sobre las relaciones sexuales y de pareja. **Demujer.com** pregunta en su editorial: “¿*Los mujeriegos son mas atractivos?*”, y presenta hechizos contra las penas de amor; mientras que **cadamujer.com** prefiere solucionarlo con el consultorio de “*Elena responde a tus penas de amor*” o “*cuatro buenas razones para no divorciarse*”.

Mujerweb.com recoge en su primera página los siguientes temas: *¿Sois compatibles en la cama?*, “*Todo sobre la píldora abortiva*” y “*20 claves para dejarlo sin aliento*”. Este web destaca por la ñoñez de su directorio: Familia, hogar, tu salón, los peques, la cigüeña, mascotas, salud, cocina y plantas.

El tema del cuidado de la familia y el hogar está también omnipresente en estos portales. Muchos reivindican en sus editoriales la medicina y la lactancia natural. La macrobiótica y las medicinas alternativas están totalmente en boga y es interesante apuntar el auge de los portales temáticos y páginas sobre esoterismo, ocultismo, quiromancia. **La mujer online.com** está dedicada íntegramente al horóscopo, la numerología y el tarot.

Pocos de ellos introducen páginas culturales, y los que lo hacen, como **infomujer.com**, inciden principalmente en literatura escrita por mujeres. Los apartados de **solonosotras.com** en cultura son: *Mitos y leyendas*, *Poesías femeninas* y *Grandes mujeres*. La mayoría de los sitios consultados además de tener muy poca calidad técnica carecen de enlaces interesantes. Sólo **Donnaweb** ofrece “links” con sitios de arte. Sin embargo, no olvidemos que es en el ámbito de la creación artística, la literatura feminista o la historia de género donde mejores y más importantes avances han realizado las mujeres, con sitios interesantes en la propia Red.

Respecto a la actualidad o las noticias se hace referencia únicamente a asuntos protagonizados por ellas o al inevitable mundo “rosa”. Casi ningún portal analizado recoge temas de política nacional o internacional. Sólo aquellos elaborados por mujeres y de contenido feminista, como **Voces de Mujer**, se preocupan por temas sociales y políticas de igualdad.

La incorporación masiva de las mujeres al ámbito laboral y profesional hace que la mayoría de los portales incluyan páginas de trabajo, formación profesional, empleo y creación de empresas. En estas páginas el tipo de mujer deja de ser bella y esplendorosa para convertirse en una mujer más real, aunque no menos estereotipada. **Paramujeres.com**, en “*los cinco secretos para tener éxito en una entrevista*,” avisa sobre la necesidad de “*evitar escotes y faldas cortas*”.

Solonosotras.com aconseja cómo decorar la oficina, y **conectadas.com**, en su artículo “*Enseña a tu jefe a ser flexible*”, anima a conseguir trabajo en casa para compatibilizarlo con el cuidado del hogar. La imagen visual que ofrece este portal nos muestra al jefe-hombre rodeado por sus colaboradoras-mujeres. A pesar de definirse como una red creada por mujeres para “dar información y recursos que te ayuden en los negocios”, presenta como tema principal de su primera página el artículo: “*Dime cómo besa y te diré quién es*”.

Hemos encontrado un buen número de artículos, todos escritos por hombres, que reivindican la intuición, y la falta de agresividad, como valores femeninos que la mujer debe incorporar al medio laboral.²⁰

En resumen, la mayoría de los portales femeninos analizados responden a una imagen tradicional de la mujer, cuando no absolutamente ñoña y cargada de cursilería. Una mujer físicamente perfecta, una Barbie de pasarela, preocupada principalmente de su dieta y gran consumidora de productos de belleza. Una mujer que continúa en su status tradicional de esposa y madre, pero que ahora debe compaginar todos estos aspectos con una formación cultural y profesional competitiva e igualitaria con el hombre. Una *superwoman*, que asume a la perfección la doble jornada y el doble papel que hoy se exige de las mujeres.

Un ejemplo de esta imagen es la que declara **mhmujeer.com**, portal que aspira a ser el líder en lengua española: “*Mhmujer representa con plena fidelidad el espíritu de la mujer del siglo que comienza. Es una mujer abierta y plural, que ha asumido las nuevas funciones personales, sociales y profesionales que en otro tiempo le fueron negadas sin haber renunciado por ello a ninguno de sus ideales familiares ni de autoestima personal*”.

3.- Internet como un medio de las mujeres. Las redes y las nuevas tecnologías.

3.1. Mujeres empresarias

Frente a la imagen tradicional que aún permanece en la Red, a imitación de otros medios, las nuevas tecnologías ofrecen a la mujer grandes oportunidades para conseguir romper ese “*techo de cristal*” que le impide, sobre todo en los países en vías de desarrollo, alcanzar un mayor nivel de progreso y una presencia real en todos los ámbitos de poder.

²⁰ <http://www.emprendedoras.com/dimenena/>

Sus posibilidades de difusión y su bajo costo han permitido la proliferación de redes y asociaciones femeninas que, con pocos medios y grandes conocimientos, han creado portales y webs donde promocionarse y asesorar a otras mujeres en el ámbito profesional y laboral. Existe un gran número de direcciones muy interesantes que demuestran las posibilidades de Internet en el campo de la información laboral, formación para el empleo, y creación de empresas por y para las mujeres.

En este sentido, debemos mencionar **Emprendedoras.com**, comunidad virtual gestionada y llevada por mujeres para su incorporación en el mundo de las nuevas tecnologías para compartir experiencias y proyectos. Un buen número de mujeres asociadas que ofrecen sus empresas e informan sobre asesorías, servicios a empresas, comercio electrónico o bolsa de trabajo. Otros portales similares son **Mujeres de Empresa, Mujer y Negocios, Centro de negocios y capacitación para Mujeres Latinas, La Mujer en Internet, Conectadas o Red de Mujeres Ejecutivas**. La **Asociación Española de Mujeres Empresarias** apoya y promueve el desarrollo de directivas y profesionales.

Existen muchas organizaciones y grupos de mujeres que fomentan el tele-trabajo y el acceso a la creación de empresas on-line, como **Fundación Directa**, foro de encuentro y discusión, asesoría laboral y creación de empleo o **Mujer-Líder**, sobre liderazgo y empresa.

Otros sitios gubernamentales, patrocinados por Comunidades Autónomas y Concejalías para la mujer, propician el acceso al empleo, incorporan bolsas de trabajo y promueven proyectos o subvenciones.

3.2 La cibermujer y las nuevas tecnologías. Hacia una nueva imagen de la mujer

Las mujeres ya no son sólo usuarias de Internet. Están entrando con fuerza como expertas y responsables en el ámbito de las nuevas tecnologías de la información. Organizadas en redes y clubs cibernéticos, muchas de ellas se encuadran en una nueva forma de feminismo, que, con múltiples ideologías y tendencias, tiene algo en común. Es, en palabras de Sadie Plant “*la cooperación, para su liberación y empoderamiento, entre mujer, máquina y nuevas tecnologías*”

Esta escritora fundó junto, con Sandy Stone en 1991, el colectivo feminista australiano VNS Matrix. Plant²¹ mantiene que la informática es fundamentalmente femenina y plantea la

²¹ Plant, Sadie. Ceros y Unos. Barcelona:Destino, 1998. (Colección Ciencias Sociales)

relación histórica entre mujer y tecnología desde la telefonía y el telar eléctrico a la máquina de escribir.

Además de propugnar la subversión del sistema patriarcal y jerárquico, intentando aproximarlos a la estructura descentralizada, compleja y múltiple de la Red, el ciberfeminismo presenta una nueva imagen “posthumana” del cuerpo femenino, más allá del icono “Mujer blanca, cuerpo Danone”, donde con las armas de la ironía y la parodia virtual está desconstruyendo el universo físico de lo femenino. Ellas mantienen la inversión de los estereotipos, para olvidar el cuerpo y reconstruirlo en el ciberespacio post-sexual.

El ciberfeminismo es un movimiento con muchas variantes y estrategias pero que tiene como elemento común la utilización de las nuevas tecnologías para la liberación de la mujer. Algunos grupos reivindican las características femeninas como idóneas para controlar Internet, no sólo por sus posibilidades de comunicación y expresión sino también porque los atributos físicos no importan en el ciberespacio y en este ámbito los rasgos y características femeninas parecen estar en perfecta sincronía con el nuevo medio. Otras ciberfeministas rechazan por tradicional cualquier imagen prototípica y propugnan para la humanidad un tercer sexo virtual²².

En la línea de los nuevos ciberfeminismos artísticos, es muy interesante la página **Estudios online. Sobre Arte y mujer**²³ con enlaces a proyectos sobre mujer y arte virtual, directorios, revistas y textos sobre ciberfeminismo. Una de las más importantes exponentes de esta tendencia artística es Faith Wilding.²⁴ También Tina Laporta²⁵, en su obra *Future Body*, explora la relación entre la tecnología, el cuerpo y la subjetividad femenina dentro de un ambiente creado en la red.

Las tecnologías ofrecen también a las nuevas generaciones el poder y la seguridad en sí mismas. En Estados Unidos ha surgido el fenómeno “grrl” con portales como **Webgrrl** o **Cybergrrl**.²⁶ *Ser “grrl” significa ser una chica muy “cool” con tenacidad para “surfear” la Red, trabajar on-line con otras jóvenes y expandir la presencia de las chicas en las nuevas tecnologías de la información.*

²² Para ampliar información sobre el tema del ciberfeminismo recomendamos el nº 76, 2002, de la revista **Debats**

²³ <http://w3art.es/estudios/end.htm>

²⁴ <http://www-art.cfa.cmu.edu/www-wilding/>

²⁵ <http://users.rcn.com/laporta.interport/map.html>

²⁶ <http://www.girlgeeks.com/company/>

<http://www.cybergrrls.com>

<http://www.webgrrls.com>

Estas páginas representan el “último grito” de las jóvenes on-line. Son foros de diálogo, debate e intercambio de experiencias en torno al tema de empresas e informática. Presentan una nueva imagen de mujer, a través de historietas y comics. **Las aventuras de CyberGrrl** define a la chica “Grrl” en términos de “empoderamiento”: *“CyberGrrl está en la Web para superarse a sí misma y para llegar a los otros. Pero ahora, en lugar de llegar a su familia y a su entorno inmediato, al lugar de trabajo y al barrio, puede llegar incluso más lejos y alcanzar a gente del resto del mundo con una acción tan simple como publicar su propia página o tan complicada como convertirse en una voz reconocida en la creciente sociedad de Internet.*

Son chicas atrevidas, con gran confianza en sí mismas, una versión femenina de Superman, que solucionan problemas y deshacen entuertos. Ellas manifiestan la necesidad de conquistar las redes para conectar a las mujeres de todo el mundo. Sin embargo, como dicen Kristine Blair y Pamela Takayoshi, en una interesante introducción²⁷ a su libro *Feminist Cyberscapes: Essays on gender in Electronic Spaces* (1999), estas imágenes continúan disociando “la experiencia real del mito”. Son “metáforas de empoderamiento” que las autoras consideran estrechamente definidas y alejadas de la realidad plural de las mujeres. Sus metáforas de fuerza, autoestima e inteligencia están ligadas a la imagen física de la superheroína delgada, blanca y políticamente correcta. Muchos de estos sitios son círculos cerrados de poder, coaliciones y redes de “clubs” que excluyen a muchas mujeres, por su desconocimiento de las nuevas tecnologías, por su menor nivel económico, o por pertenecer a otras culturas no occidentales.

Así, dentro del fenómeno “grrls” encontramos la **Black Grrl Revolution**,²⁸ movimiento feminista contra el patriarcado que defiende los derechos de aquellas mujeres que por su color, raza, ámbito geográfico, clase social, nivel económico o inclinación sexual se consideran marginadas por el movimiento feminista tradicional.

Estos movimientos están llegando, aún con escasa presencia, al mundo de habla hispana. Ejemplos españoles del movimiento de mujeres y nuevas tecnologías son los Cyber-cafés virtuales y en concreto **Casalwinit**²⁹ “*punto de encuentro para mujeres interesadas por la técnica y la tecnología*”. De atractivo diseño, se nos muestra como un edificio o espacio virtual, con su biblioteca, cafetería, sala de conferencias, aulas y una azotea desde donde se establecen los enlaces a otros sitios recomendados.

²⁷ "Navigating the image of Woman Online". <http://english.ttu.edu/kairos/2.2./coverweb/invited/kb5.html>

²⁸ <http://www.blakgrrlrevolution.org/>

²⁹ <http://www.casalwinit.com/recepcion.htm>

3. 3. Redes de mujeres para la solidaridad y los derechos humanos

Internet ha supuesto un cambio en lo que significa el concepto de fronteras. Un entorno distinto donde millones de mujeres trabajan para que la Red no herede los mismos roles masculino/femenino del mundo real. La construcción de este nuevo mundo depende en gran medida de que **todas** las mujeres puedan superar las barreras tecnológicas y sociales, y consigan espacios propios de expresión. Redes de unión y de afinidad, para compartir ideas y experiencias. Y sobre todo, redes de solidaridad que permitan conseguir entre todas el acceso a la igualdad en el trabajo, la educación y la cultura.

Las organizaciones de mujeres, tanto institucionales como no gubernamentales o privadas, utilizan sus webs para intercambiar información, solidaridad y apoyo; para defender los derechos de las mujeres e intervenir y promover a nivel local, regional y mundial políticas de igualdad.

A partir de la Conferencia de Beijing de 1995 surgen redes, propiciadas por la ONU, como WomenWatch (1995), y ONG'S como WomenNet (1995), WhrNET (1997) y WomenAction (1999), que conectan y agrupan a organizaciones y activistas de los derechos humanos de las mujeres de todo el mundo a través de Internet y desarrollan acciones y promueven leyes de igualdad. La más importante organización de mujeres de la Unión Europea, **European Women Lobby**³⁰, está formada por 3.000 organizaciones de los estados miembros por la igualdad, derechos humanos, políticas sociales y de empleo.

Es, sin duda, en los países en vías de desarrollo donde más positiva ha sido la utilización de Internet como medio para denunciar y solucionar la pobreza, la desigualdad política y la violencia de género, consiguiendo crear grupos de trabajo en red y permitiendo hacer llegar su voz a todo el mundo.

Queremos hacer especial hincapié en las ventajas que tiene la Red como medio de denuncia y sensibilización contra la violencia de género. La mayoría de los portales de y sobre mujeres incluyen artículos, debates, observatorios y foros de asesoramiento jurídico en apoyo a las denuncias de malos tratos domésticos. La recogida de firmas a través de la red contra ablaciones, lapidaciones en Nigeria o los asesinatos de Ciudad Juárez, no son sino ejemplos de las posibilidades que ofrece Internet para concienciar a la sociedad sobre la violencia contra las mujeres.

³⁰ <http://www.womenlobby.org>

En concreto, en el ámbito de América Latina existen un gran número de redes y plataformas como **Mujeres del Sur** (<http://www.mujeresdelsur.org.uy>), o **Mujeres Acción 2000**. Mencionamos también **América Latina-Caribe** (www.mujeresaccion.org) en seguimiento del Plan de Acción de la IV Conferencia de las Naciones Unidas y **Fundación Mujeres**, organización no gubernamental para luchar por la igualdad de oportunidades en el empleo, la educación, la política y prevenir la violencia de género.

Es importante el número de Centros de Información y Documentación sobre la mujer en el ámbito regional latinoamericano. Así el CIDHAL³¹, de México, el CENDOC³² en Costa Rica o el CFMEA³³ de Brasil. La mayoría de ellos ofrecen unas buenas bases de datos.

Fempres, red iberoamericana de información sobre la mujer, tiene enlaces a asociaciones, foros y universidades de habla hispana, incluida España, con Departamentos de Estudios de Género.

En nuestro país, **Mujeres en red**³⁴ es uno de los mejores portales españoles sobre información, solidaridad y apoyo a las mujeres del mundo. Contiene foros y listas organizadas por temas y países y enlaces a redes de mujeres. La información sobre el Estado Español se denomina: *Recuperando la Historia de las mujeres en España* y recoge biografías de mujeres o textos como la obra de Mary Nash “El aprendizaje del feminismo histórico en España”. Últimamente ha creado un portal específico sobre violencia de género.

³¹ <http://www.laneta.apc.org/cidhal/cidhal1.htm>

³² <http://www.promudeh.gob.pe/cendoc/>

³³ <http://www.cfmea.org.br/>

³⁴ <http://www.nodo50.org/mujeresred/>

Conclusiones

La mujer del fin de siglo no tiene una identidad única, y a través de Internet puede incluso resultar paradójica. Es claro que tan variados espejos, algunos deformados, presentan múltiples imágenes. Incluso en este viaje virtual en torno a la presencia femenina en la Red, encontramos una mujer de transición o de roles en crisis.

Además de la sempiterna imagen de la mujer como objeto de placer para el hombre, los portales femeninos analizados ven en ella un auténtico prototipo de consumidora. Son productos híbridos cuya oferta de contenidos no es unívoca. Junto a recetas de cocina, moda, maquillaje, niños y niñas aparecen temas como la violencia de género o la igualdad de oportunidades en el trabajo, como cuestiones que han calado ya profundamente en la sociedad occidental.

Algunas páginas parecen reivindicar la condición femenina en sus aspectos más positivos y, al mismo tiempo, asumen y encarnan el modelo de belleza y el culto al cuerpo impuesto por la moda. Otras han optado por un pseudo-feminismo de la diferencia que valora las cualidades de intuición y la sensibilidad, como intrínsecas a su condición de mujeres. El auge de los temas relacionados con la medicina alternativa, la parapsicología y el ocultismo podría significar una nostalgia de conocimientos ancestrales, cercanos a un tipo de “poder femenino” propio de otros tiempos. Se nos ofrece un ámbito exclusivo y excluyente de información y cultura, como si sólo pudiéramos estar interesadas por la literatura femenina o los acontecimientos protagonizados por nuestro género.

Las mujeres han entrado hoy en masa, aunque no con plena igualdad y nivel, en el mundo del trabajo asalariado. Pero sin desvincularse de los roles tradicionales de madre, esposa y ama de casa. Tres factores han propiciado el éxito de Internet entre nosotras. El tele-trabajo soluciona en parte el problema de la doble jornada y es una opción para muchas mujeres que deben compartir su condición doméstica y laboral. Desde casa podemos comprar, invertir, crear empresas y comunicarnos con los/las demás. En segundo lugar, el bajo costo de Internet para la creación de recursos, está favoreciendo el acceso en masa de las mujeres con menos posibilidades económicas, a estas nuevas tecnologías. Y, por último, la Red nos permite actuar e intervenir en un medio más asexuado, menos discriminatorio y con mayor libertad de expresión.

Incluso se advierte la “deificación” de la tecnología virtual por parte de las nuevas generaciones de mujeres. El movimiento “grrl” parece considerar que dominando las tecnologías de la información se conseguirá el poder para las mujeres. Este nuevo modelo femenino que ha producido la red tiene su parte positiva en cuanto significa una mayor capacidad de autoestima, seguridad e independencia; y, aunque en ocasiones sigue siendo una imagen absolutamente idealizada, virtual e incluso con apariencia deshumanizada, parece interesante un movimiento que, deconstruyendo la feminidad icónica tradicional, crea nuevos imaginarios alternativos.

Sobre todo, Internet está siendo un medio eficaz para la participación activa, para la denuncia de la discriminación y la violencia y para la solidaridad en redes y asociaciones. La globalización puede convertir a las mujeres en meras consumidoras de bienes e ideologías, o en sujetos activos en la defensa de sus derechos. Es necesario construir, sobre la imagen impuesta y colectiva, otra personal e individualizada que responda a la identidad real de cada mujer.

El desafío consiste en no perder el terreno conseguido y en evitar que el sistema actual de desigualdad y la sociedad de consumo impregnen la Red y la conviertan en un instrumento más de las cúpulas patriarcales de poder y decisión.

Anexo. Directorios y portales de mujeres en Internet

BUSCADORES y METABUSCADORES

<http://www.google.com>

<http://www1.biwe.es>

<http://www.altavista.es>

<http://www.lycos.com>

<http://www.dmoz.org/>

DIRECTORIOS con temática MUJER

<http://www.yahoo.com>

<http://www.megasitio.com/mujer/>

<http://www.telepolis.com/>

<http://www.mundicomer.com/>

<http://www.navegalia.com>

<http://www.tematicos.com/mujer/index.html>

<http://www.eurosur.org/spa/mujeres.htm>

<http://www.echonyc.com/~women/yellowpages.html>

<http://www.excite.es/directory/directory/0105>

DIRECTORIOS ESPECIALIZADOS DE MUJERES

<http://www.femina.com/>

<http://www.wwwomen.com/>

PORTALES FEMENINOS

Cada Mujer - Directorio especializado en temas femeninos, creado por la casa L'Oreal con noticias sobre dieta, belleza, moda y familia además de un consultorio sentimental, horóscopo y encuestas. Telecompra

<http://cadamujer.starmedia.com/mujer/>

De Mujer - Artículos y consejos de belleza, familia, dietas, cocina, secciones de chat, test y foros. Entrada a portales de salud, destino y entretenimiento. - Argentina

<http://www.demujer.com/>

De mujer a mujer - Artículos y recursos sobre la salud, sexualidad y pareja, familia y sociedad.

<http://www.demujeramujer.com>

Donnaweb/. La mujer en Internet. Moda, belleza, hogar, negocios, empleo, formación y compra on-line. España

<http://www.donnaweb.com>

El Femenino - Salud física y mental, hogar, astrología, sexualidad, trabajo, entretenimiento y belleza. - Argentina

<http://www.elfemenino.com>

Ella Sabe - Artículos, noticias y consejos de moda, belleza, familia y trabajo. - Habla hispana

<http://www.ellasavvy.com>

En Femenino.com - Centro de recursos dirigido a la mujer con noticias, belleza, consejos sobre temas laborales, maternidad y salud, y foro de discusión.

<http://www.enfemenino.com/>

¡Hola Mujer! - Belleza, moda, maternidad, literatura, ocio y otros temas de interés para la mujer de habla hispana. Brinda consejos para maquillarse, vestirse, estar en forma y planear las vacaciones. Datos útiles a tener en cuenta durante el embarazo y la crianza de los hijos e hijas. Acceso a una tienda virtual de libros, CDs y videos.

<http://www.holamujer.com>

Info Mujer - Información, actualidades, salud, maternidad, publicaciones, literatura y arte. - Argentina

<http://www.infomujer.com.ar/>

Intermujer. Se ofrecen artículos periodísticos sobre moda, salud, arte y decoración, entre otros temas. Además, hay críticas de cine y teatro y recetas culinarias. Argentina

<http://www.intermujer.com>

La Mujer.com - Artículos y recursos para la mujer en las áreas de negocios, salud, cocina y decoración.

<http://www.lamujer.com/>

La Web de la Mujer Actual - Entretenimiento, noticias, manualidades, consultas sobre el hogar y biografías de mujeres famosas. - España. Premio Venus al mejor Web sobre la mujer.

<http://club.telepolis.com/montmas/>

Mamás en casa. Sitio dedicado para las mamás que optan por quedarse en casa al cuidado de sus hijos pequeños. También para aquéllas que buscan una oportunidad de hacer un trabajo en la comodidad de su casa.

http://members.tripod.com.ar/Mamas_en_casa/

Mhmujer.com - Consejos y artículos sobre salud, belleza, moda, economía doméstica, la bolsa de la moda, relaciones, consumo, sexualidad y cocina. Chat, foro, correo gratuito, encuestas, recetario y tests. - España

<http://www.mhmujer.com/>

Mujer Actual - Secciones de moda, belleza, salud, nutrición, dietas, familia, pareja, recetas, chat, correo electrónico, horóscopo y foros. - México

<http://www.mujeractual.com/>

Mujer Bonita - Consejos y recursos para mujeres así como belleza, moda, salud, deporte, finanzas, maternidad y cocina. Anuncios de casas de novias. Interesante la declaración de principios.

<http://www.mujerbonita.com/ne/index.asp>

Mujer en Línea - Secciones con consejos de salud, cocina, moda, belleza, entretenimiento, religión y sociedad. - Habla hispana

<http://www.mujerenlinea.com>

Mujer Futura - Consejos y artículos sobre belleza, moda, salud, pareja, hogar, viajes, bodas, astrología y cocina. Chat, correo y foro. - Habla hispana

<http://www.mujerfutura.com/>

Mujerplus.com Belleza, Salud, Hogar, Pareja, Empleo, y Bolsa. -España

<http://www.mujerplus.com>

Mujer por Mujer - Temas de interés femenino como belleza y tratamientos corporales, salud y cocina, sexualidad y belleza,. Fotografías de modelos masculinos que cambian todos los meses. Consejos para llevar una mejor vida en pareja.

<http://www.mujerpormujer.com>

Mujer Urbana - Entrevistas, noticias de actualidad nacional e internacional, moda, artículos de psicología y salud y consejos prácticos para el hogar y formación y empresa. Derechos de la mujer.- Argentina

<http://www.mujerurbana.com>

Mujer web - Correo, chat y foro, dietas, chistes, noticias, recetas. Astrología, belleza, entretenimiento, embarazo, hogar, maternidad, mascotas, moda, plantas, sexología, salud, nutrición, trabajo, viajes.- España

<http://www.mujerweb.com/>

Mujermas - Artículos y reportajes sobre nutrición, belleza, sexualidad, familia, dietas, ejercicio, astrología y viajes. Cuenta con sección de chat, correo y foros de discusión. - Habla hispana

<http://www.mujermas.com>

Mundogar - Recetas de cocina, consejos para llevar una vida sana, gestión del hogar, familia, entretenimiento y operaciones bancarias a través de Internet.

<http://www.mundogar.es/>

Mundo Mujer - Consejos espirituales, medicina alternativa, consejos y consultorio para compatibilizar el mundo del hogar y el trabajo.- Chile.

<http://www.mundomujer.cl/>

Nosotras.com - Artículos sobre salud, nutrición, moda, belleza, relaciones de pareja, cultura, sociedad, familia, trabajo y viajes además reportajes sobre mujeres destacadas, foros, chat y correo electrónico. Hay artículos y noticias sobre moda, alimentación, embarazo, cosmética y relaciones de pareja.- España

<http://www.nosotras.com>

Obsidiana - Artículos y noticias para la mujer sobre moda, belleza, decoración, embarazo, cocina y salud. Correo electrónico, consultorio, chat y foro.- México

<http://www.obsidiana.com.ar/xp/ar/index.xml>

Planeta Mamá - Artículos sobre planificación familiar, embarazo, bebés, hijos, libros recomendados y consejos. - Argentina

<http://www.planetamama.com/>

Red Mujer - Consejos de belleza, temas referentes al hogar, cocina, salud, familia, maternidad, psicología, además asesoría en moda, horóscopos, foro y correo electrónico gratis. - Argentina.

Muy tradicional

<http://www.redmujer.com/>

Red para Ellas - Artículos e información para la mujer de hoy con temas sobre sexo, salud, belleza, ecología, recetas y cocina sana.

<http://www.redparaellas.com/>

SoloNosotras.com - Guía de belleza, salud, moda, trabajo y familia.

<http://www.solonosotras.com>

Somosmujeres - Crecimiento personal, política, derechos, belleza, familia y pareja.- Perú

<http://www.somosmujeresperu.com/>

Sugestiva - Maquillaje, cosmetología, cirugía plástica, fitness y productos de belleza.- Argentina

<http://www.sugestiva.com/>

Toda Mujer - Artículos sobre hogar, belleza, familia, vida en pareja, sociedad, chicas y niñas.
- México

<http://www.todamujer.com>

Todo para la mujer deportista - Sitio sobre deporte femenino. Incluye música, teatro y enlaces a directorios de mujeres de América Latina

<http://www.sportw.com/>

ORGANIZACIONES Y REDES DE MUJERES

1. Trabajo, Empresas y Tecnología

Casalwinit - Punto de encuentro para mujeres interesadas en la tecnología con foro de discusión, consejos en la creación de empresas y noticias.- España

<http://www.casalwinit.com/recepcion.htm>

Conectadas - Consejos, actividades, familia, economía personal, artículos de emprendedoras y bolsa de trabajo. Familia, finanzas, carrera profesional, foros, clasificados y otras noticias de interés para todas las mujeres. Creada por mujeres empresarias, con un carácter moderno, pero convencional.

<http://www.conectadas.com/>

Emprendedoras - Negocios, comercio electrónico, bolsa de trabajo y directorio de empresas creadas por mujeres.

<http://www.emprendedoras.com/>

Emprendedoras en red - Artículos sobre la actividad de las mujeres en los negocios y la sociedad, además de una guía para emprender negocios. Enlaces a otros sitios de mujeres empresarias.- Argentina

<http://www.emprendedorasenred.com.ar/>

Fundación Directa - Red española de mujeres profesionales y directivas para promover la igualdad de oportunidades. Facilita la oferta de empleo, asesoría y cursos en el ámbito de teletrabajo.

<http://www.gtíc.ssr.upm.es/fundaciondirecta/index.html>

L-Mujer - Artículos y noticias sobre ocio, negocios, salud, derechos, política, economía y tecnología para la mujer latina; envío de mensajes al móvil. Directorio y buscador. - Habla hispana

<http://www.l-mujer.com/>

La Red de mujeres ejecutivas - Capacitación, consultoría y bolsa de trabajo en la red.

http://www.cdeb.com.ar/la_red/

Mujer y negocios - Bolsa de trabajo, negocios, marcas, cómo asociarse y otros recursos de ámbito laboral.- Argentina

<http://www.mujerynegocios.com.ar/>

Mujeres de Empresa - Portal para empresarias y profesionales latinas. Contiene un directorio de empresas y ONGs e información sobre eventos y ferias.

<http://www.mujeresdeempresa.com>

Programa de dones emprendedores de Barcelona - Cursos y seminarios dirigidos a las mujeres empresarias

<http://bcnactiva.bcn.es/bcnactiva/atencio/dones.htm>

Universidad Internacional Electrónica de las Mujeres (WIEU) - Cursos de capacitación y de habilidades técnicas en línea para mujeres.

http://www.wvu.edu/~womensu/index_sp.htm

Webdona - Portal elaborado por mujeres para recoger empresas llevadas por ellas.- España

<http://www.webdona.com/>

2. Política de Igualdad, Derechos Humanos, Solidaridad. Feminismo

ALAINET - Área Mujeres de la Agencia Iberoamericana de Información. Feminismo, Movimientos de mujeres, políticas y liderazgo, Derechos y comunicación.

http://www.alainet.org/mujeres/indice_com_es.php3

AMECO - Asociación española de mujeres profesionales de los medios de comunicación. Portal español sobre mujer y medios

<http://www.nodo50.org/ameco/>

Asociacion Aquí Estamos Nosotras - Agrupación de mujeres feministas andaluzas dedicada a la integración de la mujer en el mundo laboral y político con sus actividades y proyectos.

<http://galeon.com/aquinosotras/>

Feminist Activist Resources on the Net

Guía muy completa de recursos feministas en la red .

<http://www.igc.org/women/feminist.html>

Fempres - Red de información y comunicación latinoamericana en pro de la igualdad.

<http://www.fempres.cl/>

Fundación Mujeres - Organización no gubernamental para luchar por la igualdad de oportunidades en el empleo, la política y la educación y prevenir la violencia de género.- España

<http://www.fundacionmujeres.es>

Fundacion Mujeres en Igualdad - Con el objetivo de desarrollar estrategias para el empoderamiento de las mujeres.- Argentina

http://www.mei.com.ar/spa/mei_estructura.htm

Isis. Internacional Red de mujeres - Servicio de información y comunicación de mujeres para lograr la plena participación de las mujeres en los procesos de desarrollo, promoviendo la formación de redes y canales de información.- Chile

<http://www.isis.cl>

Lobby Europeo de Mujeres - La más importante organización de mujeres de la Unión Europea. formada por 3.000 asociaciones de mujeres de los estados miembros, para la defensa de los derechos humanos, la igualdad, la política social y el empleo y la violencia contra las mujeres.

<http://www.womenlobby.org/>

Mujer-Líder - Sobre temas de mujer y liderazgo, mujer y trabajo, y para eliminar la desigualdad. Ésta página ofrece un buen número de enlaces a grupos y asociaciones

<http://www.mujerlider.com.ar/webgratis.htm>

Mujeres Acción 2000 América Latina - Caribe - Intercambio y seguimiento de las propuestas acordadas en la conferencia mundial de la mujer organizada por la ONU, referida a la situación de la mujer en estas regiones.

<http://mujeresaccion.org/>

Mujeres del Sur - Seguimiento de Beijing en los países del Cono Sur. Programa Mujer y democracia en el Mercosur.

<http://mujeresdelsur.org.uy>

Mujeres en red - Un espacio de encuentro, información y solidaridad sobre las mujeres del mundo.

<http://mujeresenred.com>

Portal Mujeres.com - España. Ofrece artículos sobre género, buzón de denuncia del Instituto de la Mujer sobre la publicidad sexista. Tiene buenos enlaces a organismos y asociaciones españolas, europeas e internacionales. Informa sobre congresos y otros eventos. En construcción

<http://www.portalmujeres.com/>

RedMujer y Habitat - En el marco de Mercosur, es una red de proyectos y acciones para aportar espacios de gobierno y desarrollo de las mujeres en el ámbito de las ciudades.

<http://www.redmujer.org.ar/>

Voces de Mujer. Portal español sobre violencia de género, salud, derechos humanos, política. Creado por un grupo de mujeres catalanas.

<http://www.vocesdemujer.org/>