



*¡Que la reivindicación del artículo femenino que corresponde por norma gramatical acompañar al nombre que nos ocupa - INTERNET - habitualmente ocultado, sirva como símbolo de la reivindicación de la visibilidad de las mujeres en nuestra sociedad.!*

Las posibilidades de la Internet en la democratización de la información abre importantes expectativas para las mujeres en su lucha por ocupar los espacios públicos.

Este libro plantea una mirada de género hacia la Internet. Encontraras en él:

- ▶ Desde la reflexión sobre el feminismo y el uso de las nuevas tecnologías hasta las experiencias prácticas de las mujeres en la red.
- ▶ La historia de las redes electrónicas de mujeres.
- ▶ El papel de la Internet en la construcción y consolidación de redes, en el uso alternativo de comunicación para mujeres y en la creación de nuevos espacios para la información y la solidaridad.
- ▶ Un MANUAL PRÁCTICO de introducción para conocer el ordenador y familiarizarnos con la Internet en un lenguaje sencillo y claro.
- ▶ Y un listado de los recursos y las webs de mujeres más interesantes.



Subvencionado por:



*El viaje de las internautas*

Una mirada de género a las nuevas tecnologías

# Género y Comunicación

Nº 3

Red Internacional de Mujeres de la Comunicación. Junio 2001

## *El viaje de las internautas*

Una mirada de género a las nuevas tecnologías

Montserrat Boix  
Cristina Fraga  
Victoria Sedón



# *El viaje de las internautas*

Una mirada de género a las nuevas tecnologías

Montserrat Boix  
Cristina Fraga  
Victoria Sedón



Edita: AMECO

Autoras: Montserrat Boix, Cristina Fraga y Victoria Sedón.

Diseña y realiza: PardeDÓS

Imprime: Conighap

Depósito Legal: M - 28096 - 2001





## Presentación

Mujer, Enrédate



Cristina Fraga

En su diccionario, María Moliner define el vocablo *redes* como: conjunto de *tuberías, cables de conducción, vías de comunicación* o cosas semejantes que se entrecruzan y organizan entre sí.

Quando nos planteamos en AMECO editar esta publicación éramos conscientes de lo que ello suponía. Queríamos conseguir varios objetivos: elaborar y difundir contenidos relacionados con la comunicación y el género, convencer a las mujeres de la utilidad del uso de las nuevas tecnologías y la comunicación alternativa, apoyar el proceso de incorporación de las mujeres a las nuevas tecnologías e incrementar a través de la reflexión la conciencia colectiva sobre la importancia de dicha comunicación.

Recuerdo aun allá por los setenta, en los albores del feminismo en nuestro país cuando todo se hacia tan a flor de piel con tanto entusiasmo y entrega, en tiempos en que reunir a 10.000 mujeres en una Asamblea Estatal estaba a la orden del día... si, aún recuerdo, las dificultades con las que nos encontrábamos para transmitir a los



medios nuestras reflexiones y que se hicieran eco de ellas. Aun así, logramos crear redes y antiredes. Pero aquellos fueron unos tiempos heroicos y un tanto inocentes.

Los medios de comunicación de masas son el marco de referencia de todo lo que acontece, crean opinión, conforman el pensamiento colectivo y los comportamientos sociales. También son, por otro lado, meros constructores de la realidad reforzando la cultura dominante de marcado sesgo patriarcal.

Sin duda es importante presionar para que estos medios tradicionales dejen de perpetuar la desigualdad y el sexismo, pero además creemos que resulta fundamental crear un circuito de información alternativa. El desarrollo de las Nuevas Tecnologías puede ayudarnos a ello.

La Internet ha abaratado e internacionalizado, rompiendo fronteras, el proceso de comunicación; ha permitido el que muchas mujeres de todo el mundo, interesadas en temas de género, puedan intercambiar experiencias, apoyos y estrategias, en definitiva ha facilitado la inter-relación. Cada vez se crean mas ciber espacios, libres, abiertos, donde la cohesión entre mujeres es más factible.

Pero esto no es sólo una forma de comunicarnos entre las ya comunicadas, las Nuevas Tecnologías deben servirnos también, para dar un salto cualitativo. Las mujeres *enredadas* tenemos el reto de generar la energía suficiente para ir modificando aquello que no nos gusta y crear nuevas formas de convivencia.



La creación de Redes de Comunicación multiplica el trabajo de todas, el esfuerzo individual se torna colectivo cuando valoramos y reconocemos la autoridad de las mujeres. Esto, sin duda, va a fortalecer el movimiento internacional de mujeres y la construcción de espacios con perspectiva de género.

Es imprescindible asumir, por parte de las mujeres de la comunicación, el desafío de potenciar cambios radicales, ordenando nuestros recursos, intercambiando experiencias, creando redes, cuantas más mejor; conseguiremos así ser más eficaces.

No es gratuito que en la comunicación alternativa aparezcan vocablos como “Redes”, “Foros”, “Chat”, que en su etimología invitan a la unión, el intercambio y la solidaridad.

Hay que romper con la idea de que el proceso de comunicación se circunscribe al ámbito profesional, cerrado y destinado a los medios tradicionales. La Internet nos demuestra que todas y todos somos generadores de información, transmisores de ella y a la vez receptores. Estar informadas nos hace mas libres y conocedoras de la realidad.

Queremos hacer también una llamada a las mujeres profesionales de los medios. La velocidad de elaboración de la información muchas veces imposibilita que las periodistas puedan reciclarse en el uso de las Nuevas Tecnologías dejándose llevar por la inercia metiática, pero con el tiempo será vital una formación adecuada en este sentido.



Además de diversificar las fuentes de información y ampliar la mirada sobre la realidad, las NT nos facilitan el poder estar más fácilmente en contacto y la inter-relación con las redes de trabajo con perspectiva de género, vitales para fortalecer el papel de las mujeres profesionales de la comunicación, tan denostado e infravalorado, según estudios elaborados por distintos Organismos Nacionales e Internacionales. Las mujeres comunicadoras no debemos perder el reto de las nuevas tecnologías

Para terminar, quiero agradecer a través de estas líneas el empeño y esfuerzo de mujeres militantes de AMECO, como Rosa Arauzo, Montse Boix, Rosalina Lorente, Marta Ortiz, Carmen Eva León, Isabel Menéndez, que con su ánimo, apoyo y trabajo permiten que nuestra Asociación siga adelante.

Cristina Fraga

*- Presidenta de AMECO -*





“Los ciudadanos tienen un derecho constitucional al caos.”  
(Tribunal Supremo de los EE.UU., 1995 )

La existencia de la Internet y el flujo en todas direcciones de la Red está posibilitando nuevas relaciones de los ciudadanos con los poderes estatales y de ellos entre sí. Es algo que empieza a poner muy nerviosos a los políticos, olvidando, tal vez, que también ellos forman parte de esa ciudadanía que piensa y dice y opina lo que le viene en gana.

Cuando Bill Clinton pretendió censurar determinados contenidos en Internet y entrar a saco en la privacidad de los usuarios, alegando los peligros que suponía la difusión de pornografía infantil a través de la Red, la Corte Federal declaró que, a pesar de todos los problemas que se pudieran generar, los ciudadanos tenían un derecho constitucional a toda la información por muy caótica que fuera, extremo ratificado y refrendado por el Tribunal Supremo de los Estados Unidos.

Así pues, Internet se está convirtiendo, tanto en el Ágora de las antiguas ciudades-estado griegas, como en el obligado Zoco de cualquier urbe oriental. Pero si en aquellas, las mujeres, los extranjeros y los esclavos estaban excluidos, se ha comprobado que en la Red, ya



en mayo del 2000, el número de mujeres usuarias sobrepasaba al de varones en los siete países más desarrollados. Y en EE.UU. se alcanzan las mismas cotas de penetración entre los estudiantes hispanos y de raza negra que entre los blanquitos anglosajones.

Si bien los gobiernos de China y Singapur pretenden que su uso se limite al área de los negocios, impidiendo la función de libre expresión, en este último país se les ha ido de las manos. La única forma de poner puertas al campo es la de desconectarse, como lo han hecho Irán y Afganistán, aunque ya veremos qué pasará con la conexión a través de los teléfonos móviles.

Como ha dicho recientemente Manuel Castells, *“Internet es el corazón de un nuevo paradigma sociotécnico que constituye en realidad la base material de nuestras vidas y de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación”*<sup>1</sup>

## **Funciones de las Nuevas Tecnologías de la Información (NTI)**

De todo este largo título me quedo sólo con la palabra “tecnologías”. ¿Por qué? Porque lo nuevo quedará pronto obsoleto, y porque el campo que abarcan no se reduce a la información.

Lo de “nuevas” posee un sentido dinámico que nos va a exigir a las mujeres un esfuerzo continuado para no quedarnos, esta vez,

---

<sup>1</sup> Lección inaugural en la Universidad Oberta de Catalunya



descolgadas de lo que estas tecnologías suponen para nuestra causa. De hecho, ya tenemos recorrida una trayectoria significativa en el manejo de los electrodomésticos y otros instrumentos de ocio y trabajo, pero ahora se trata de salir definitivamente al Mundo, un mundo que hemos gestado y alumbrado durante milenios y que, por derecho propio, nos pertenece. Nunca fuimos ajenas a la tecnología, desde el cultivo de los campos a la construcción de habitats, pero sí es cierto que a partir de un momento dado hemos sido relegadas a lo doméstico. Ha sonado la hora de nuestro salto cualitativo a lo público, para lo que necesitamos estas nuevas herramientas. El ámbito de lo doméstico se nos ha quedado pequeño, porque nuestro mundo es ya el Mundo. Como decía Hermann Hesse en "Demian": "El pájaro rompe el cascarón. El cascarón es el mundo. Quien quiera nacer tiene que destruir un mundo". Y a continuación añadía aquello de que "El pájaro vuela hacia Dios. El dios se llama Abraxas", pero en este caso la Diosa se llama Iris, que, como el arco multicolor que une la Tierra y el Cielo, Ella transmite los mensajes, las órdenes o los consejos de la Diosa Hera.

La Información es uno de los elementos que la Internet hace posible desde y hacia cualquier punto de nuestro espacio y con la inmediatez del tiempo real. Sin embargo, nuestras redes no deberían reducirse a un "tablón de anuncios" o a "pasquines de propaganda" como han hecho muchos partidos políticos, yugulando así la práctica interactiva, de ida y vuelta, de una auténtica Red. No obstante, la información en sí nos otorga también la posibilidad de hacer visible lo invisible, de sacar a la luz lo que otros medios ocultan o ignoran.



Cuando la información se torna interactiva, se establece la Comunicación. Es entonces cuando esos símbolos que son las palabras se llenan de sentido y su contenido va más allá de lo formal y lo abstracto para convertirse en un vehículo relacional a través del cual emisor y receptor se alimentan mutuamente. Esta relación es más intensa entre las mujeres, que a través del lenguaje captamos muchos más matices que los varones. De hecho, las mujeres poseemos dos zonas receptoras y emisoras del lenguaje: una en el hemisferio cerebral izquierdo (igual que los hombres) y otra en el derecho (exclusiva nuestra) que nos permiten convertir lo más abstracto en contenidos emocionales y a la inversa. Y en estos aspectos deberíamos evitar prejuicios, pues si bien la igualdad entre unos y otras se refiere a una exigencia de tipo político o ético, las diferencias innatas constituyen un asunto científico, es decir, comprobado. Además, ya desde la cuna, las niñas nos interesamos más por la gente mientras que a los niños les interesan más las cosas, lo que nos indica que nosotras somos más aptas para proyectos relacionales y de colaboración.

Lo que ha devenido como estructuras innatas se debe a los diferentes procesos de socialización que hemos vivido los dos sexos. La realidad de tener que criar a la prole y transmitirle una serie de pautas de conducta y sentimientos, así como la lengua, ha hecho que las mujeres tengamos un funcionamiento y una estructura distintos, tanto respecto al sistema sensorial como cerebral y nervioso. La visión, por ejemplo, de las mujeres se extiende periféricamente, abarcando en muchos casos un campo de 180°, mientras que la visión masculina es en forma de túnel. En el lenguaje nuestras facultades son más plásticas, adaptándo-



nos más fácilmente a una nueva lengua. Pues bien, la Internet supone la eclosión en nuestras vidas de un nuevo lenguaje que sin duda provocará cambios cognitivos y en el sistema de valores, como puede significar el acceso de lo doméstico a lo público virtual, teniendo que superar esa “agorafobia socialmente impuesta” a la que alude Bourdie en “La dominación masculina”. La antropóloga M<sup>a</sup> Jesús Buxó Rey, que ha realizado trabajos de campo en este sentido, afirma: “En esta circunstancia, la confrontación con otro sistema de valores y quizás el cambio de los propios, forma parte de la organización de una consciencia de grupo sexual por parte de las mujeres: esto es, de un sentido de su propia identidad, solidaridad, propósitos y destino común”<sup>2</sup>.

Tanto la información como la relación comunicativa podrían quedar reducidas a un parloteo inútil o a un círculo vicioso endogámico si no se proyectaran en la Acción. De lo doméstico habríamos pasado a la privacidad, pero sin romper ese cascarón clautrofóbico que a las mujeres nos subyuga, pero que también nos castra. Eso que llaman “la práctica de la relación”, atribuyéndole la categoría de Gran Política, está muy bien, ya que supera la ancestral división, la rivalidad entre las mujeres y dirime los conflictos, pero no olvidemos que para caminar necesitamos las dos piernas. Claro que si preferimos quedarnos sentadas en una silla... va bene.

La acción significa la plasmación de proyectos concretos, la realización de campañas y la consecución de fines políticos.

---

<sup>2</sup> “Antropología de la Mujer”. Anthropos. Barcelona, 1988 pag.139



Mucho antes que las aplicaciones de la Internet a la cultura empresarial, esta nueva tecnología fue rápidamente utilizada y asimilada por la contracultura libertaria como un medio de comunicación y acción autónomas respecto a los estados. En este sentido fue antes un Agora que un Zoco. Las aplicaciones que poco a poco fueron surgiendo en Internet se debieron a las necesidades de aquellos grupos organizados en redes internacionales: el correo electrónico, las conferencias, los boletines o las listas de correo fueron posibles a instancias de su urgencia política.

En el momento actual las redes de mujeres están creciendo inusitadamente, y sus efectos políticos ya están evidenciándose en multitud de campañas e informaciones que potencian lo que anteriormente refería respecto a una nueva conciencia de identidad y de solidaridad. Recuerdo haber leído, hace ya unos años, cómo dos amas de casa afroamericanas organizaron, gracias a Internet, una manifestación en EE.UU. de ochocientas cincuenta mil mujeres negras contra la discriminación. Con un ordenador instalado en la cocina hicieron lo impensable. E igualmente, la iniciativa de la Marcha 2000, coordinada por las feministas canadienses, ha sido posible por la existencia de las redes.

## **Un mundo globalizado**

Con la era electrónica ha irrumpido en nuestra civilización el reino de la simultaneidad, convirtiendo el tiempo en un presente continuo y el espacio, en un mundo global tal como pronosticó Marshall McLuhan.



El Agora y el Zoco circulan en un movimiento frenético en esa globalización simultánea, de lo que deduzco que los movimientos anti-globalización, protagonistas hoy en el Agora, no han atinado con el nombre, ya que ellos mismos son posibles y eficaces en virtud de esa globalidad. Más bien podrían definirse como “globalización crítica” o algo así, mientras que los señores del Zoco dominan la “merca-globalización”, que se está imponiendo en nuestras vidas desde el axioma de que “el mercado lo regula todo”, derivando en la conclusión demoledora de que “lo que no tiene precio, no vale”.

En el momento presente, la batalla entre el bien y el mal se libra en el campo espacio-tiempo infinito y simultáneo que sustentan las redes. Las altas finanzas por un lado y la palabra liberadora por el otro. Las primeras traen pobreza, ruina, acumulación de capitales, narcotráfico, devastación medioambiental, venta de armas y de seres humanos como efectos colaterales. La segunda intenta la información significativa, la comunicación, la acción política. El poder ya no se ejerce como antes, de forma piramidal, sino de modo reticular. Y el anti-poder o potencia crítica se debate en el puro relativismo de miles de puntos de vista y de estrategias. Pero no olvidemos que “en el principio era el Caos”, tal como rezan todas las Cosmogonías de los orígenes.

Esta realidad nos impone nuevos modelos de pensamiento y de acción. “Nuestros tests de inteligencia sólo existen para medir los logros del hemisferio izquierdo sin tener en cuenta la existencia del hemisferio derecho (cualitativo). La actual era electrónica, en su



inescapable confrontación con la simultaneidad, presenta la primera amenaza seria al dominio de 2500 años del hemisferio izquierdo”.<sup>3</sup>

Es curioso que el hemisferio derecho sea considerado como el propiamente femenino. Y no porque nosotras no poseamos las cualidades espaciales y de abstracción propias del izquierdo, sino porque nuestros hemisferios pueden funcionar simultáneamente al modo de la inteligencia emocional. Tampoco es un invento. La neurología más avanzada ha podido comprobar que ésta es una realidad generalizada con mínimas excepciones. Entre el 15 y el 20% de los hombres poseen un cerebro feminizado; mientras que sólo el 10% de las mujeres tienen cerebros masculinizados. Está claro que tenemos la Red en la cabeza.

## **Volver a casa**

Si bien la cibernética se basa en la lógica digital binaria del 1-0, -que implica un pensamiento muy patriarcalizado por sustentar conceptos que ordenan la realidad por opuestos y exclusiones-, sus aplicaciones informáticas escapan al corsé lógico aristotélico-occidental.

La navegación simultánea, caótica, no lineal, por el hipertexto -que nos va remitiendo de un texto a otro, de la información a la comunicación, del sonido a la imagen- nos ofrece un mundo que podemos ordenar a nuestro arbitrio. Su no linealidad se adapta per-

---

<sup>3</sup> McLuhan & Powers: “La aldea global”. Gedisa. Barcelona, 1990 pag.72



fectamente a nuestra capacidad cerebral femenina no jerárquica y globalizadora. Las mujeres podemos hablar y escuchar simultáneamente. El lenguaje indirecto, pleno de matices, de segundas intenciones y de ironías es propio de las mujeres y reflejan mejor la riqueza de un mundo que no es lineal, sino simultáneo, que no es diacrónico, pero sincrónico, que no es simple, y sí complejo.

Estas facultades se deben a que el cuerpo calloso, que constituye la frontera entre los dos hemisferios, actúa en el cerebro masculino como un auténtico tabique, mientras que en nosotras constituye un puente que interrelaciona los contenidos de ambas partes. Volvemos, pues, a retomar nuestra función de comunicadoras, maestras y mediadoras con el mundo. Ahora sólo nos resta convertirnos en internautas, en exploradoras de todos los mares y sus bordes, de sus profundidades y misterios. La aventura de navegar puede ser nuestra aventura.

Y en las tardes serenas, recalar. Tal vez *"en bahías nunca vistas"*, que diría Kavafis, pero que es como volver a casa. Cuando me canso de navegar, me voy a la barra de herramientas y pincho un icono que representa una casita y en el que dice "Inicio". Ahí conecto de nuevo con la página de "Mujeres en Red", donde solté amarras: es como volver a casa. Espero que pronto tengamos muchas más casas, muchos puertos acogedores a los que retornar, donde recalar en las tardes serenas o en las noches tormentosas. Entonces no busco, encuentro: mensajes, debates de ideas, convocatorias y un montón de amigas cercanas o lejanas con quienes conversar.



La globalización que habitamos no tiene por qué significar perdernos en una selva indómita o en un desierto de letras solamente. Globalización no significa homogeneización en una especie de sopa de fideos. Lo más peculiar, lo más íntimo y reconfortante hay que guardarlo con el celo con el que se riegan las raíces que alimentan la propia savia. ¿Nostalgia? ¿Melancolía? Tal vez, pero también la alegría de la sororidad. Quiero decir que el navegar sin rumbo, sólo por jugar con la maquineta, tal vez no tenga un sentido más allá del lúdico. Buscar, abrir rutas, pero sabiendo dónde vamos o a dónde volver puede llenar de significado la navegación: *“Ten siempre a Itaca en la memoria. Llegar allí es tu meta...”*

Quiero decir igualmente que los “sitios” o lugares de la Red en los que habiten las mujeres, solidarias con otras mujeres, guiarán cada vez más nuestras naves hacia la bocana de esos puertos resguardados por la escollera de la complicidad.

## **La Osa Mayor y la Cruz del Sur**

Ahora las cosas son mucho más sofisticadas, pero los navegantes de todos los mares, que se guiaban por la posición de las estrellas, sabían muy bien que cruzaban la línea imaginaria del ecuador cuando dejaban de divisar la constelación de la Osa Mayor y la Estrella Polar, que señala el Norte en nuestro hemisferio, y empezaban a vislumbrar la Cruz del Sur. Era emocionante, supongo. No sé si tanto, pero me sigue conmoviendo recibir comunicaciones del otro lado del mar, de nuestras hermanas de Latinoamérica y el Caribe con ese



entusiasmo y esa urgencia de quienes construyen un Mundo Nuevo, más cercano en la ida y vuelta que aquel Nuevo Mundo que abordaron los conquistadores en sus afanes imperialistas. Creo que las compañeras del otro lado del “Mare Procelosum” constituyen un ejemplo magnífico de interconexión y eficacia política con las que siempre podemos contar. Sin olvidar, claro, a las ribereñas del “Mare Nostrum” que también nos hacen llegar sus mensajes, sus gritos a veces. Ahora tengo la sensación de tener muchas más amigas por el mundo.

Me he permitido esta disgresión sentimental -pasando del hemisferio izquierdo al derecho- por contraste con esa Red fría y hostil que es la otra cara de la Internet, convertida en el centro de la economía global de los mercados financieros, funcionando también en tiempo real con sus ordenadores conectados las veinticuatro horas del día. El capital no descansa ni tampoco su cerebro, que arroja dígitos y más dígitos, índices y porcentajes en febriles transacciones, producto tanto de vidas humanas sometidas como de selvas arrasadas. Algunas mujeres identifican la Internet con este tipo de especulaciones sin alma, pero nosotras queremos persuadirlas del aspecto amable y necesario de la otra cara de la Luna, que será, en parte, lo que nosotras hagamos de ella.

## **Avisos para navegantes**

Me temo que los políticos profesionales serán los últimos en enterarse de que la globalización cambiará radicalmente los modos de la política al uso. Por un lado, la vieja izquierda -con su



necesidad de controlar, de imponer un punto de vista y con su sentido de la jerarquía y el organigrama- dudo que pueda tomar un tren que ya ha pasado frente a sus narices sin lograr sacudirle la percepción. Por el otro, el satisfecho neoliberalismo que piensa que todo va bien para ellos porque son quienes gestionan la globalización, ignoran que pueden ser desplazados por ella, pues, en contra de lo que suponen, ambos términos no se identifican. *“Los progresos de las tecnologías punteras son inseparables de la globalización, pero no de la ideología que pretende confundirse con ella”*, escribe muy acertadamente Viviane Forrester<sup>4</sup>. El liberalismo no hace más que utilizar esa tecnología y manipularla, pero no son la misma cosa y, por tanto, pueden tomar distintos caminos.

Hasta ahora la globalización económica está desplazando la función de la política, que no hace más que plegarse a ella, imponiendo así una dictadura invisible por la ignorancia de los ciudadanos que aceptamos este estado de cosas como efecto del necesario desarrollo o del inevitable progreso. Y simplemente se trata de que la política económica ha sido reducida a la categoría de business para un selecto club. Toda su lógica se reduce a un neurótico círculo vicioso de afán desmedido de lucro que tan elocuentemente expresa, de nuevo, Forrester: *“El empleo depende del crecimiento ; el crecimiento, de la competitividad; la competitividad, de la capacidad para suprimir puestos de trabajo.*

---

<sup>4</sup> “Una extraña dictadura”. Anagrama. Barcelona, 2001 pag. 15



*Lo que equivale a decir: para luchar contra el paro, inada mejor que el despido”*

Constituye un error de visión muy extendido el pensar que la Internet ha surgido y crecido unida a la demanda de las grandes empresas. Sabemos que su desarrollo está vinculado a un tipo de informática abierta, cuyos protocolos, creados en 1973-78, se distribuyen gratuitamente y se autogestionan de modo informal. Actualmente, el gobierno de Internet lo ejerce una sociedad privada apoyada por el Gobierno norteamericano, la ICANN, pero su consejo de administración ejecutivo se elige por rotación entre las personas que voluntariamente quieran apuntarse a la ICANN. Los que así y todo desconfíen de Internet pueden recurrir a otras alternativas de software como Apache o Linux.

Por supuesto que Internet es de gran utilidad para las corporaciones financieras y para los negocios de ventas y tráfico de cualquier cosa, pero también es cierto que muchos movimientos sociales se están organizando en base a la Red. Son movimientos en torno a ideas y valores, así como a pautas culturales comunes en los que las manipulaciones no suelen prosperar. En relación con estas ideas y valores la globalización puede tomar derroteros inesperados, porque el otro error radica en la creencia de que la globalización y el neoliberalismo son indisolubles: Por el contrario, la globalización de ciertos valores y responsabilidades nos acercaría a un mundo más cercano a la utopía y cada vez más alejado de los intereses del ultracapitalismo. La globalización de

los derechos humanos, de la justicia, de la democracia, de la paz, de la información, de la tolerancia, de la sanidad, de la educación, de la ecología o de la paridad política cambiaría el predominio de los intereses financieros que dominan nuestro mundo.

Hasta ahora la dinámica política ha ido “tirando” con la democracia representativa, pero ya no. No va a ser posible apuntalar el dique que pretende detener la participación. Y cuando suba la marea y desborde los ficticios parapetos..., la democracia participativa iniciará una nueva era en la política. Sin embargo, esto no significa que los partidos estén llamados a desaparecer, sino que más que nunca deberían estar de parte de los ciudadanos frente a un poder económico sin leyes ni restricciones: tendrán que elegir.

En un congreso celebrado en Bilbao a finales de abril del 2001, Javier Echevarría, autor de “Los señores del aire”, informaba que *“No hay poder político en la Red; ni ejecutivo ni legislativo ni judicial. Somos telesúbditos de estos infofeudos”*, refiriéndose a que las grandes multinacionales han creado un nuevo poder feudal. Al mismo tiempo, los políticos, convertidos en meros gestores de este nuevo poder, han perdido credibilidad hasta el punto de que dos tercios de la humanidad no se siente representada por su Gobierno.

## **Democracia paritaria participativa**

En realidad lo de paritaria y participativa son dos conceptos que se derivan necesariamente del más general de Democracia. Lo que suce-



de es que la auténtica democracia supone aún la asignatura pendiente de nuestras sociedades, y la paridad no sería otra cosa más que la consecuencia lógica de la presencia de las mujeres en todos los ámbitos de la vida y de lo público. Sin embargo, cada logro esconde también sus propias trampas, pues la participación creciente de las féminas en la vida política o en otros ámbitos de decisión se está convirtiendo en un concepto cuantitativo que consiste en “meter en las listas” a las chicas más domesticadas, a las del clan de fulanito o de menganito, pero que nunca llegan a formar parte del núcleo duro del poder.

Si las mujeres de los partidos, las profesoras de las universidades, las médicas o las juezes no son apoyadas desde fuera por otras mujeres para acceder a puestos de mayor responsabilidad o de decisión, nunca serán verdaderas representantes de las mujeres ni traspasarán las fortificaciones, maquiavélicamente planeadas, por el poder patriarcal. Y en este sentido, utilizar la Red para plantear y presionar desde nuestras propuestas sería decisivo. Ya no debería ser concebible una política que no fuera interactiva entre los ciudadanos y sus representantes.

Confío en que la difusión y la inmediatez que supone la Internet van a ir creando una conciencia cada vez mayor de ciudadanía y, por tanto, de participación. Sería imperdonable que este medio fuera invadido por los intereses especulativos y que nosotras abandonáramos el campo.

Los medios de comunicación y los parlamentos deberían ser frecuentados por nuestras informaciones, reclamaciones, denuncias,

peticiones y preguntas con la normalidad que exigiría una política participativa. De este modo ganaríamos la batalla de la opinión pública. Hoy es posible y sólo cuestión de organizarnos.

## Una experiencia

Hasta hace un par de años, más o menos, sólo utilizaba el ordenador para el tratamiento de textos y estaba encantada por la simplificación del trabajo. Internet no me llamaba la atención, pero Gusi Bertomeu me abrió los ojos respecto a sus posibilidades al contarme su proyecto de “Eleusis: La Ciudad de las Mujeres”, al que le deseo una pronta y feliz botadura. Así que, por aquello de no despreciar lo que se ignora, decidí conectarme. Conseguí la dirección de “Creatividad Feminista”, que dirige Ximena Bedregal desde México, y empecé a frecuentar la web, lo que me produjo la gran satisfacción de comprobar cómo siguen militando las compañeras y amigas del otro lado del “charco”.

Un tiempo después tuve la suerte de conocer personalmente a Montserrat Boix, a la que pedí me inscribiera en “Mujeres en Red”, que es ya mi referencia obligada de casi todos los días. A través de esta web recibo información puntual de cómo va el movimiento de mujeres en España e internacionalmente. Desde ella he podido participar en campañas puntuales, en debates interesantes, en aportaciones teóricas desde el pensamiento feminista. Gracias a ella he recuperado amigas que habían desaparecido de mi horizonte y he establecido comunicación con gentes lejanas geográficamente.



Con todo, más allá de mi experiencia personal, observo que este enclave en la Red ha conseguido aglutinar a parte del movimiento que andaba disperso. Al no tener en muchos casos lugares de encuentro físico, esta “casa” virtual nos ha facilitado a las antiguas y a las nuevas el volver a interrelacionarnos de un modo muy intenso. Me recuerda a aquellos primeros tiempos de la transición cuando todo era tan vivo. Después de las primeras elecciones la cosa se enfrió, porque las feministas de los partidos se plegaron a las directrices y los modos de hacer política de los suyos. Las demás continuamos entonces más o menos dispersas, más o menos itinerantes. Pasados unos años de desconexión, o de conexiones puntuales, la aparición de Mujeres en Red ha conseguido aglutinar o relacionar a una cantidad importante de mujeres que parecía se habían refugiado en sus vidas privadas. Pues no: estaban ahí. Personalmente, creo que parte de la enorme actividad que está resurgiendo en el Movimiento se debe a la voluntad potenciadora de Mujeres en Red y a la propia capacidad de Internet para relacionarnos.

Me resta por decir que muchas mujeres feministas, desde la cátedra, han implementado enormemente los Estudios de la Mujer, pero desde las restricciones impuestas por la Academia, que impide el debate vivo de los foros alternativos. Algunas no han descubierto que tendrían mucho más campo de acción desde Internet, además de que una extraña inhibición les impide participar en este foro abierto, e incluso hay quienes desprecian o no se atreven con las Nuevas Tecnologías. Estas mujeres, que aún tienen mucho que decir y que aportar, están un poco encerradas en sus cátedras o despachos sin



salir a la palestra. Una palestra importante para seguir debatiendo y soñando ; una palestra en la que se diluyen los liderazgos y cada quién se expone en campo abierto con sólo su palabra : sin púlpitos ni cátedras ni lugares preeminentes. Pensar sobre la marcha, decir desde el presente, arriesgarse a las contradicciones... como la vida misma. ¡Qué importa!

Espero fervientemente que se multipliquen las “ágoras” en las que seguir hablando, opinando, acercándonos y, finalmente, reforzando la autoridad que todas merecemos. Que Iris, la mensajera de las Diosas, nos oiga. Y que nos diga qué opina.





## *La comunicación como alida: Tejiendo redes de mujeres*

---

**Por Montserrat Boix**  
**Coordinadora de Mujeres en Red**



A principios de 1997 descubrí la Internet. Por mi trabajo como periodista viajaba frecuentemente al Magreb y en los momentos críticos de la presión integrista islámica había elaborado diversos reportajes de denuncia sobre la situación a la que se estaban enfrentando las mujeres argelinas. A raíz de ello me contactaron algunos grupos de mujeres españolas que habían iniciado un movimiento de apoyo y solidaridad. Tenían las ideas claras sobre el peligro general del fundamentalismo para las mujeres pero desconocían la situación concreta sobre el terreno, el día a día práctico y las acciones que se estaban llevando a cabo para enfrentarse a él.

¿Cómo ser solidarias con las mujeres de otros países y culturas sin tener información concreta de cuáles son sus problemas y que tipo de apoyo necesitan? ¿cómo establecer los contactos y conocer las prioridades que han establecido para enfrentarse a su situación?. En el fondo las luchas de las mujeres en los diferentes puntos del planeta no son tan diferentes... ¿cómo organizarse para el uso colectivo de la información uniendo la experiencia labrada por millones de mujeres



en el mundo?. Como comunicadora era consciente de la importancia estratégica de la información para lograr la reacción, el apoyo, la complicidad de sociedad en respuesta a las injusticias... quizás las Nuevas Tecnologías –pensé- podrían ayudarnos a ello.

Las redes internacionales de mujeres creadas en la década de los 70 y 80 fueron especialmente útiles para empezar a conocernos, entrelazarnos, para establecer contactos e intercambiar ideas y, sobre todo, experiencias desde diferentes realidades económicas, culturales y sociales. Las diversas conferencias temáticas auspiciadas por Naciones Unidas y otros organismos internacionales a las que algunas tuvieron posibilidad de acceder permitieron intercambiar direcciones y teléfonos. Empezó a demostrarse la importancia de la creación de redes, pero el proceso de comunicación y contacto era complejo, lento y a menudo elitista.

Así las cosas, irrumpen en escena las Nuevas Tecnologías de la Comunicación. El correo electrónico, la Internet, colocan de pronto en nuestras manos nuevas herramientas que pueden tener consecuencias revolucionarias. Nos situamos a principios de la década de los 90 y algunas mujeres fueron capaces ya entonces de entrever la importancia estratégica del uso de estas Nuevas Tecnologías en el desarrollo y la defensa de los derechos de las mujeres. Su experiencia y su activismo para movilizar a los grupos de mujeres en el uso de las NTC allanaron el terreno para que algunos años más tarde se crearan prácticamente de la nada, desde la intuición y en muchas ocasiones desde la pura autodidáctica con el apoyo de los espacios



alternativos emergentes en la red de la mano de **APC**<sup>1</sup> numerosos proyectos que han sido clave en la consolidación de la presencia de las luchas de las mujeres y del feminismo en la Internet.

## BEIJING, PUNTO DE REFERENCIA HISTÓRICO PARA LAS MUJERES EN LA INTERNET

En la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada en Beijing en septiembre de 1995 se plantea por primera vez en un foro internacional de tal envergadura la importancia de la comunicación como arma fundamental para el desarrollo y el *empoderamiento* de las mujeres convirtiéndose en uno de los principales ejes de debate<sup>2</sup>.

Es el resultado de varios años de trabajo liderado especialmente por las redes de mujeres comunicadoras latinoamericanas que se plasma en diversas conferencias internacionales sobre la comunicación con perspectiva de género. En 1993 se celebra en Quito (Ecuador) un **Encuentro de Comunicación Alternativa y Popular** cuyas conclusiones plantean ya como estrategia global la reivindicación de la comunicación y la información como uno de los principales dere-

---

<sup>1</sup> La Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC), es una asociación mundial de redes computarizadas que ofrecen lazos de comunicación esenciales para decenas de miles de ONGs, activistas, educadores, responsables de políticas y líderes comunitarios de más de 130 países

<sup>2</sup> La mujer y los medios de difusión. «Objetivos estratégicos y medidas» de la Plataforma de Acción de Beijing, (ONU, septiembre 1995). Ver Anexo - Documentos pag.145



chos humanos reconocido por todos los pueblos del mundo <sup>3</sup>. El siguiente paso se da en la **Conferencia Internacional de Bangkok** cuyo lema es “**Comunicación como fuente de poder para las mujeres**” (febrero 1994) donde entre otras cosas se subraya la necesidad de fortalecer los medios de comunicación de las mujeres, reforzar vínculos y redes y promover “*formas de comunicación que no solo cuestionen la naturaleza patriarcal de los medios sino que se esfuerzan por descentralizarlos y democratizarlos*”<sup>4</sup>. En el **Encuentro Regional de Comunicación de Género** (Quito 1994) se crea el *Foro Permanente de Comunicación y Género* y se acuerda “*trabajar para que la problemática de la comunicación de género forme parte integral de las Agendas de la ONU en la reunión regional celebrada de Argentina y en Beijing*”<sup>5</sup>, finalmente el **Simposio Internacional de Toronto: Mujeres y Medios: el Acceso a la Expresión y a la Decisión** organizado por la UNESCO (marzo 1995), reivindica “*la importancia de las redes de mujeres, tanto las que proporcionan noticias como aquellas que utilizan medios alternativos para hacer llegar a las mujeres y a los grupos de mujeres información que les ayude y apoye en sus actividades personales, familiares y de desarrollo comunitario*”,

---

<sup>3</sup> Declaración de Quito - 1993

[http://www.movimientos.org/foro\\_comunicacion/doc\\_declaracion\\_quito.html](http://www.movimientos.org/foro_comunicacion/doc_declaracion_quito.html)

Estrategias para la democratización de la comunicación

[http://www.movimientos.org/foro\\_comunicacion/doc\\_estrategias.html](http://www.movimientos.org/foro_comunicacion/doc_estrategias.html)

<sup>4</sup> Declaración de la Conferencia de Bangkok. Ver Anexo-documentación. pág. 131

<sup>5</sup> Declaración del encuentro regional de comunicación de género –Quito 94. Ver Anexo-documentación. pág. 135



punto 1.4 de la Plataforma de Acción<sup>6</sup>, y establece el marco sobre comunicación y género que culmina en Beijing.

Beijing resulta también, por otro lado, referencia obligada en la historia de las mujeres y el uso de las Nuevas Tecnologías de la Información ya que por primera vez en un encuentro internacional de esta magnitud puede seguirse desde todo el mundo el desarrollo de las sesiones a través de la Internet. Es la culminación del trabajo realizado por el programa de Apoyo a las Redes de Mujeres de APC-Mujer.

### **1993 – 1995 Las primeras redes electrónicas de mujeres.**

A principios de los años 90 algunas organizaciones sociales empezaban a plantearse las posibilidades de las Nuevas Tecnologías en la democratización de la comunicación y usaban ya el correo electrónico y los grupos de noticias para debatir estrategias y coordinarse. Los servidores alternativos de referencia fueron **IGC**<sup>7</sup> en Estados Unidos y **GreenNet**<sup>8</sup> en Inglaterra, germen de lo que en estos momentos es la red mundial más importante de la sociedad civil en la Internet: APC.

Grupos pacifistas, de defensa de los derechos humanos, de desarrollo y de protección del medio ambiente fueron los pioneros de la

---

<sup>6</sup> Plataforma de Acción de Toronto – Ver Anexo-documentación.pág. 137

<sup>7</sup> <http://www.igc.org>

<sup>8</sup> <http://www.gn.apc.org>



red. Algunas mujeres próximas a estos movimientos supieron ver desde un principio las posibilidades estratégicas de esta nueva herramienta. La australiana Karen Banks desde Green Net en Londres y la periodista británica Sally Burch, con amplia experiencia en comunicación popular y comunicación de género a partir de su trabajo en **ALAI**<sup>9</sup> desde Ecuador iniciaron el equipo de trabajo. Los primeros grupos feministas en torno a APC fueron American International Health Alliance, Boston Women's Health Book Collective, Casa de Colores, Center for Women's Global Leadership, Femnet, Equality Now, Global Fundation for Women, Isis Internacional y De Mujer a Mujer.

En 1993 se crea el programa de **APC-Mujeres**<sup>10</sup> con el objetivo de propiciar el acercamiento de las redes sociales de mujeres a las redes electrónicas ante la IV Conferencia Mundial de Mujeres en Beijing dando origen a las primeras redes de mujeres en la Internet, Sally Burch fue la responsable del proyecto. Al trabajo de capacitación para aprender a usar los ordenadores y las conexiones se suma

---

<sup>9</sup> **Agencia Latinoamericana de Información**, una agencia de información con base en Ecuador comprometida con la democratización de la comunicación, las redes alternativas y los movimientos sociales desde hace más de 20 años y con una importante acción en esta última década en torno a los movimientos críticos con la globalización neo-liberal.

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

<sup>10</sup> ¿Qué es el Programa APC-Mujeres?

En Español: <http://www.apc.org/espanol/about/apcwomen/index.htm>

Miembros de la red Internacional de APC-Mujeres:

<http://www.gn.apc.org/apcwomen/contacts/members.html>



la sensibilización para que los grupos feministas descubran las múltiples posibilidades de la utilización de este nuevo medio de comunicación, una tarea nada fácil. “Las organizaciones empiezan a interesarse por las nuevas tecnologías a raíz de conocerse que APC iba a tener un centro de comunicación en Beijing”<sup>11</sup> cuenta la norteamericana Erika Smith que en agosto de 1994 se incorpora al **Programa de Mujeres de La Neta**<sup>12</sup> del servidor de APC en México al frente del que continúa. Erika es otro de los nombres clave en los orígenes de esta historia de las mujeres en la red.

Se iniciaron foros de debate, listas de correo electrónico –entre ellas una de las más importantes que todavía funciona en la actualidad, **Modemmujer**<sup>13</sup>, cuya distribución de información desde México ha sido también decisiva para informar en español sobre la reunión Beijing+5 celebrada en Nueva York en junio del 2000- y se organizaron centros de coordinación en todos los continentes y en los diferentes idiomas. El proceso culminó en septiembre de 1995 con la Conferencia en la que un equipo de 40 mujeres de 24 países aseguró formación y apoyo a 1.700 usuarias, creando además un espacio electrónico con la información de las ONGs presentes en China en 18 idiomas que contabilizó 100.000 visitas en la página web<sup>14</sup>.

---

<sup>11</sup> “Una cuestión de género” Verónica Engler - Argentina - revista «Punto Com»  
<http://www.nodo50.org/mujeresred/internet-veronica-2.htm>

<sup>12</sup> <http://www.laneta.apc.org/8marzo/programa.htm>

<sup>13</sup> Antes denominada pekín.info - <http://www.modemmujer.org/>

<sup>14</sup> Datos obtenidos a partir de diversos textos de Irene León, periodista de Alai-Ecuador integrante del equipo de comunicación de Beijing.



Centenares de mujeres comprobaron de primera mano las posibilidades de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación. Los correos electrónicos enviados a todo el mundo durante las sesiones permitieron acceder a la información a los grupos que no pudieron viajar a Beijing sin depender de los medios de comunicación tradicionales que, por otro lado, no se caracterizaron por la brillante cobertura del evento. Junto a la reivindicación del uso de la comunicación para el *empoderamiento* de las mujeres y la exigencia de la democratización de los medios se constató que existían otros caminos a explorar, un nuevo mundo por descubrir y ocupar, un mundo en el que quizás cabría la posibilidad de invertir valores y un espacio todavía sin manipular para poder utilizar en la lucha de las mujeres.



## 1996 – 1997 Ocupando la Internet.

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

En diciembre del 95 se celebra en Barcelona el foro internacional “Las periodistas, el Mediterráneo y el Futuro” convocado por ***Dones Periodistas de Catalunya***, donde en una experiencia piloto se ofrecerá información del desarrollo del encuentro a través de la red y sobre todo permitirá a las periodistas presentes iniciarse en la Internet. Les Dones Periodistas se suman a la consigna de ocupar la red, su



web<sup>15</sup> será una de las primeras páginas de mujeres españolas con presencia en la Internet.

El año 1996 es clave para el desarrollo de grupos de redes electrónicas de mujeres en los diferentes países. En Italia, el Centro de Documentación de la Mujer y la Asociación de Mujeres Orlando de Bolonia inauguran en el mes de junio con apoyo del Ayuntamiento de Bolonia un servidor gestionado por mujeres y con contenido de género, **Server Donne**<sup>16</sup> que dará acceso a la red a grupos de mujeres, asociaciones y mujeres a título individual además de crearse una “Sala de the Internet” ubicada en el Palazzo de’Notai donde todavía hoy las mujeres de la ciudad pueden conectarse gratuitamente a la Internet. En estos momentos el Server Donne es una de las principales referencias para localizar organizaciones italianas de mujeres en la red. En el entorno italiano destaca **Info@Perla**<sup>17</sup> una revista de reflexión sobre las nuevas tecnologías y género que dará origen a la creación del grupo **Medea**<sup>18</sup> (Venecia, mayo 1997) para “investigar la telemática relacionada con los escenarios presentes y futuros de la sociedad digital”.

En junio del 96 nace también en Francia la red **Penelopes**<sup>19</sup> de la mano de Joelle Palmieri, una mujer de amplia experiencia en el

---

<sup>15</sup> <http://www.adpc.org/>

<sup>16</sup> <http://www.women.it/>

<sup>17</sup> <http://www.provincia.venezia.it/medea/infoperla/info0.htm>

<sup>18</sup> <http://www.provincia.venezia.it/medea/index.shtml>

<sup>19</sup> <http://www.penelopes.org/>



activismo del movimiento internacional de mujeres y Nuevas Tecnologías especializada en Ciencia de la Informática aplicada a la economía y a la gestión. Joelle defiende no sólo el acceso a la información sino a la producción de información a través de redes propias de mujeres para conseguir la ampliación del movimiento de resistencia. *“Podemos invertir la relación de fuerzas porque tenemos los contenidos y las prácticas. La clave es valorarlas. Es imperativamente necesario tener una estrategia ofensiva, incluso agresiva. No tenemos nada que perder y todo a ganar. Es así como podremos cambiar la imagen en los media: en tanto que actrices (autoras, conceptoras, artistas, realizadoras...) en tanto que sujetos (vida cotidiana, política, trabajo, violencias...) en tanto que público.”*<sup>20</sup>

Desde América Latina se introducen en la red textos de feminismo y género con el apoyo de los servidores alternativos de APC en la zona - los más importantes son la Neta, en México y EcuaneX en Ecuador donde se alberga ALAI con una sección específica sobre mujer.

En 1997 se ponen en práctica los programas de subvenciones de organizaciones e instituciones de apoyo a las Nuevas Tecnologías. En Canadá, un país de referencia obligada en la historia de las mujeres y las NTI, el gobierno de Québec subvenciona un **Fondo de Autopistas de Información** que ha permitido la formación de mujeres en la investigación sobre el impacto de las nuevas tecnologías y el género. Entre los proyectos más interesantes se encuentra **Womenspace**<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> <http://www.womenspace.ca/Campaign/Fr/S'expriment/plus.html>

<sup>21</sup> <http://www.womenspace.ca>

que se inicia ya en 1995 y que en estos momentos es un espacio vital -en inglés y francés- sobre la reflexión del papel de las mujeres en la Internet. No podemos olvidar por otro lado que fue en Canadá donde se gestó la **Marcha Mundial de las Mujeres-2000**<sup>22</sup>, un movimiento que hubiera sido impensable sin la existencia de los nuevos espacios de comunicación electrónica.

Pero retornemos a la historia... en el mes de enero del 97 **Info@Perla** realiza una encuesta para determinar el perfil de las mujeres italianas "on line" que posiblemente sería trasladable a otros países. Según la misma, el trabajo o la investigación son los dos principales motivos de la presencia de las mujeres en la red que usan poco los chats y los foros. Las mujeres demuestran mayor interés por la potencialidad informativa del medio que por las cuestiones de comunicación y diversión.

## **Revistas feministas: del papel a la red**

La primera fase de la presencia de muchas webs feministas en la Internet surge del intento de traducir las revistas tradicionales de papel en formato electrónico, pero quienes inician la aventura pronto se dan cuenta de que la versión electrónica va adquiriendo vida propia. Una revista en papel tiene más costes en la edición -el mantener una página web resulta relativamente barato- es más compleja la modificación de contenidos y formato, la dinámica es menos interactiva y la distribución más lenta.

---

<sup>22</sup> <http://www.ffq.qc.ca/marche2000/es/>



Con la perspectiva del tiempo puede ya estudiarse la interesante evolución de los procesos que se inician precisamente en esa época... ejemplo de ello son las experiencias de la revista ***Il Paese delle donne***<sup>23</sup> -El país de las mujeres- creado en Roma por Cristina Papa y referencia importante del feminismo en la red italiana o ***Creatividad Feminista***<sup>24</sup> una de las webs feministas en español de mayor prestigio, elaborada desde México por un grupo de mujeres liderado por Ximena Bedregal.

*Creatividad Feminista* nace en 1997-cuenta Ximena- como un intento de poner en red ***La Correa Feminista***, revista que imprimíamos, diseñábamos, armamos, distribuíamos y demases, desde 1991. Más que una claridad de lo que podía significar su difusión en línea fue una especie de juego, de desafío, ya que acabábamos de descubrir el multimedia en computadora e intentábamos manejar imágenes, sonidos y textos para hacer proyectos personales desde nuestra óptica de feministas, no tanto para hacer un sitio, portal o revista (...) A mediados del 98, un día entré a ver las estadísticas y ¡OH sorpresa!, vi que tenía como 5000 lecturas mensuales. Eso fue algo increíble que no me imaginaba en ese momento de la vida del Internet y que me dejaba un gran interrogante ¿quién, como y que papel jugaba? ¿Podría ser La Correa por otros medios? Esto coincidió con el fin de los recursos para seguir sacando la revista impresa y decidí meterle más a la versión internética, esto sin saber mucho para donde iba aunque me entusiasmaba investigar más el medio y disfrutaba mucho haciéndola.

---

<sup>23</sup> <http://www.womenews.net>

<sup>24</sup> <http://www.creatividadfeminista.org>



1997 es el año también del nacimiento de una de las redes feministas de intercambio de información a través del correo electrónico más importantes en América Latina: **Tertulia**. En el mes de noviembre Laura Asturias, periodista guatemalteca, co-editora de la revista feminista **La Cuerda** pone en marcha una lista de información de noticias semanales, artículos de opinión, etc. a través de e-mail con perspectiva de género y feminista en la que aborda entre otros temas la violencia de género, derechos sexuales y reproductivos, salud integral (con énfasis en VIH/sida), derechos humanos, cultura, historia de las mujeres, empoderamiento, participación y liderazgos femeninos, situación de la niñez y masculinidad, etc. Desde noviembre del 2000, **Tertulia**<sup>25</sup> cuenta también con una página en Internet, la cual alberga las ediciones producidas a partir de septiembre del 2000, y **Litertulia**<sup>26</sup> con imprescindibles textos sobre género, feminismo, masculinidad, salud y derechos sexuales y reproductivos, leyes y convenciones, literatura, medios de comunicación, diversidad sexual, etc.

### **Radio y televisión a través de la Internet.**

Aunque todavía de manera muy experimental, la Internet se ha convertido ya en una interesante perspectiva de investigación de nuevos territorios de comunicación feminista.

---

<sup>25</sup> <http://www.geocities.com/guatertulia>

<sup>26</sup> <http://www.geocities.com/litertulia>



El 8 de marzo de 1998 se constituye en Costa Rica la Asociación de Comunicaciones Radio Interactiva Feminista origen de **FIRE**<sup>27</sup> la primera radio feminista que emite a través de la Internet y que realiza su primera emisión el 25 de agosto de este mismo año. FIRE recoge la amplia tradición del uso de la radio en los países latinoamericanos para darle una perspectiva de género y colaborar en la investigación de nuevos espacios de comunicación de mujeres con el soporte de las Nuevas Tecnologías.

A mediados de 1999 el grupo **Penelopes** inicia la emisión a través de la red de un programa de televisión semanal accesible a través de su web. Evidentemente no podemos obviar las restricciones impuestas por las limitaciones tecnológicas puesto que para acceder a la emisión es necesario un ordenador potente no siempre al alcance de todas, sin embargo se abre con esta experiencia una nueva vía por explorar.

FIRE y Penelopes TV formaron el equipo multimedia en la reunión Beijing +5 celebrada en Nueva York que en junio del 2000, cinco años después de la Conferencia Mundial fue capaz de trasladarnos las voces y las imágenes de las protagonistas del foro... ¿Cómo utilizaremos las Nuevas Tecnologías en la V Conferencia Mundial sobre la Mujer que la ONU convocará en el 2005?

---

<sup>27</sup> <http://www.fire.or.cr/>



## MUJERES EN RED, LA APUESTA POR UNA PRESENCIA EN LA INTERNET

La web de Mujeres en Red surge en agosto de 1997 albergada por el servidor **Nodo 50**<sup>28</sup> por entonces uno de los miembros de APC en España. Era un proyecto meramente intuitivo surgido del intento de investigar las posibilidades del uso de las nuevas tecnologías en la Internet y favorecer la información y la comunicación entre las mujeres en el mundo. Sin subvenciones -el bajo coste de mantenimiento de la web en el servidor así lo ha permitido- factor que ha dado sin duda amplitud y libertad al proyecto, sin conocimientos previos de lenguaje html y de cómo hacer una página web -durante varios años el único editor utilizado para elaborarla ha sido el Composer de Netscape<sup>29</sup> - elaboré una primera página expresando los propósitos del nuevo espacio de mujeres e invitando a las internautas a sumarse e inscribirse para recibir información a partir del correo electrónico.

El sitio web en un principio tenía poco más que una veintena de páginas, en estos momentos la cifra ronda el millar. El número de direcciones de correo electrónico que forman parte en estos momentos de la red es de más de 3.000, constituyendo posiblemente la comunidad internauta de mujeres de habla hispana más numerosa.

---

<sup>28</sup> <http://www.nodo50.org>

<sup>29</sup> Ver en el Manual Práctico el apartado «*Construir tu sitio web*» pag. 116



Mujeres en Red no nace para *cuidar la imagen* de ninguna institución o grupo, ni con fines comerciales -está alojada en un servidor alternativo que no admite publicidad-, ni es una ONG organizada... es un puro experimento de comunicación entre mujeres del que nadie podía sospechar en los orígenes su gran repercusión, una comunidad virtual de mujeres que va creciendo y cambiando a medida que nosotras lo hacemos.

La web ha ido evolucionado en formas y contenido paralelamente a la evolución personal con apoyo de cientos de mujeres -aprovecho estas líneas para agradecer su activismo- cómplices y compañeras de este viaje por la Internet... ya sabéis... casi como el viaje a Itaca de Kavafis ;-)

Mi punto de partida fue el periodismo y el interés por la historia de las mujeres -inicialmente las mujeres del mundo árabe-musulmán- considerando tal como puede leerse todavía hoy en la primera página de la web que *«es absolutamente imposible la liberación de los pueblos y su desarrollo democrático sin contar con la igualdad de derechos de hombres y mujeres. (...) En todo el mundo, en todas las sociedades, las mujeres pagan siempre el precio más alto para lograr el cambio y la evolución»*.

Mi desconocimiento sobre el feminismo quedó compensado en aquellos momentos por el inestimable apoyo de Leonor Taboada, una mujer vanguardista y de las pocas del movimiento feminista his-

tórico español que desde un principio supo valorar la importancia de las Nuevas Tecnologías de la Información en la lucha de las mujeres.

A lo largo de más de tres años, muchas otras compañeras de España, América Latina y algunos países europeos se han ido sumando al proyecto convirtiendo Mujeres en Red en un proceso colectivo cuya trayectoria puede ser especialmente indicativa para calibrar las posibilidades de este nuevo medio y contribuir a la reflexión sobre el futuro que queremos construir.

### ► **Identificar recursos de mujeres y recursos feministas en la Internet.**

Fue el primer objetivo del proceso. La Internet estaba formada por miles de páginas pero imperaba la dispersión, por ello desde Mujeres en Red se intentó visibilizar y organizar los recursos identificando las webs de mujeres y listándolas por temas y países. Si estábamos interesadas por la situación de las mujeres y nos planteábamos una acción de solidaridad... ¿qué mejor que llegar hasta su web y contactar con ellas a través de su correo electrónico para coordinar posibles apoyos?.

Se empezaron a listar las webs al margen de las lenguas en las que estaban elaboradas (español, inglés, francés, alemán, etc.) constatando que la red era todavía eminentemente anglosajona y la necesidad de crear un espacio común en español para millones de mujeres sin conocimiento de idiomas. Es de subrayar aquí el importante papel de las mujeres latinoamericanas tendiendo puentes entre el inglés y el español.



Un planteamiento similar sirvió para la creación y evolución de los espacios temáticos: salud, educación, mujer y política, integristas, globalización, género, violencia, aborto... se trataba de encontrar aquellas webs, aquellos textos que estaban ya en la red y que podían servirnos a todas de referencia. Compartir el conocimiento como punto esencial para la lucha en el empoderamiento colectivo de las mujeres.

En Mujeres en Red se ha excluido indexar y enlazar con las numerosas webs dirigidas a la mujer que han proliferado en los últimos años en la Internet con objetivo comercial que reproducen los mismos estereotipos que durante años hemos estado combatiendo en los medios de comunicación tradicionales y que consideran que las mujeres centran su máximo interés en los espacios de cocina, belleza, maternidad y labores del hogar.

### ► **Seleccionar la información con objetivos estratégicos.**

Junto a la dispersión, otro de los problemas de la Internet es la sobredosis de información. Las investigaciones sobre el uso de la red confirman que la herramienta más utilizada en la Internet es el correo electrónico. Además de crear el espacio común de la web, era y es todavía fundamental trabajar con el buzono de mensajes, especialmente para informaciones urgentes, de coordinación, agendas, etc.

Por otro lado, cada vez resulta más importante tener en cuenta el criterio de contenidos de los mensajes que se envían, puesto que



todos los días llegan a nuestro buzón numerosos e-mails que prácticamente no tenemos tiempo de leer y acaban en la papelera. En este sentido, sin duda una de las claves del prestigio de Mujeres en Red ha sido la selección de información.

El primer paso fue definir las prioridades de la red: crear un espacio común de información y acción buscando puntos de referencia globales en defensa de los derechos de las mujeres y desde el feminismo, facilitar la localización de recursos, fortalecer las redes de mujeres con el objetivo no sólo de compartir información sino de tener capacidad para movilizarnos. Estos criterios son la base del contenido de la lista de distribución por e-mail y de ámbito internacional.

### ► **Las Mujeres del Estado Español en Red.**

Con el paso del tiempo pareció importante que además de la presencia en la red internacional, las mujeres del Estado Español tuviéramos un espacio paralelo para trabajar y debatir dinámicas propias, para transmitir información que quizás no sería esencial para el resto de las compañeras de todo el mundo pero que era importante para el reencuentro necesario de tantas mujeres y tantos grupos dispersos y atomizados en el país. Esta reflexión dio lugar a la creación de una lista específica para España a mediados de 1999.

Las mujeres latinoamericanas y las anglosajonas, llevaban varios años de ventaja en la experiencia de coordinación a través de las



redes electrónicas y frecuentemente se reunían para fortalecer la dinámica, tenían claras las estrategias en comunicación, algo que no era tan evidente en nuestro país y así se constató en el Encuentro Feminista de Córdoba -diciembre 2000- el primero de ámbito estatal en los últimos siete años. El acceso de las mujeres a las nuevas tecnologías en España era lento y a menudo la utilización de los ordenadores producía rechazo. Más allá del debate ideológico, Córdoba significó la constatación de lo que cada vez resulta más evidente: la diferencia de perspectiva entre quienes estaban ya conectadas a la red y quienes rechazaban o ni siquiera se planteaban la posibilidad de acceder a ella. En numerosas mesas surgió el tema de la utilización de la Internet como herramienta para prolongar el debate iniciado allí y mantener el espíritu de las jornadas<sup>30</sup> y se subrayó el trabajo que se estaba llevando a cabo en Mujeres en Red como referencia y punto de encuentro. En estos momentos más de la mitad de las suscripciones de Mujeres en Red son del Estado Español y la lista sigue creciendo a medida que las mujeres se van incorporando a la Internet.

► **Listas temáticas, foros: diferentes espacios, según los intereses y dinámicas de las mujeres.**

Junto al espacio común de las listas generales en las que sólo desde la coordinación se envía el material elaborado a partir de las pro-

---

<sup>30</sup> Además del reencuentro tras siete años, a partir de las 3.000 inscripciones en las jornadas, Córdoba significó la constatación de que éramos muchas y diversas a pesar de estar dispersas.

puestas remitidas por las usuarias de la red, en los últimos años se ha ido planteando la necesidad de abrir espacios más específicos e interactivos. Listas de correo temáticas (violencia de género, educación, globalización, mujer y mundo rural), foros de debate, tablón de anuncios donde cada una puede insertar directamente los mensajes sin necesidad de intervención desde la coordinación, un chat donde algunos grupos de mujeres organizan sus *reuniones electrónicas* y que está a disposición para ser usado por toda la colectividad...

Desde Mujeres en Red se aplica el criterio de crear un espacio temático sólo en caso de que no exista otro con iguales características en la Internet con el objetivo de no duplicar esfuerzos y recursos y con el propósito de descentralizar la dinámica a medida que las mujeres vayan asumiendo una presencia activa y una responsabilidad en el proyecto común del ciberespacio electrónico en femenino.

Respecto a **las listas temáticas** sin duda la experiencia más importante hasta el momento ha sido la de intercambio de información sobre violencia de género que se ha convertido en un referente ineludible para estar al día en este tema tanto en el Estado Español como en el ámbito internacional con una importante participación, de nuevo, desde América Latina.

- Uno de sus aspectos más positivos -posiblemente podría ser una ventaja general de las listas de este tipo- es la interdisciplinariedad de las y los participantes... en la lista de violencia participan desde grupos feministas a especialistas técnicas/os de la psicología, el



derecho, la sociología, periodismo o política, responsables de planes técnicos y políticos sobre violencia de género, mujeres que trabajan en casas de acogida, mujeres que han sido o son víctima de violencia, etc. Se comparte información, convocatorias, análisis... también en numerosas ocasiones sentimientos.

- Entre las dificultades de la lista se encuentra el difícil equilibrio del consenso entre los intereses de las participantes. A unas no les importa recibir un gran número de mensajes, otras tienen más dificultades, si moderas la lista -es decir, controlas previamente los mensajes que se envían- se está imponiendo cierta censura y coartando la participación y la libre expresión, si no moderas y das posibilidad de que los mensajes que se envían lleguen directamente la dinámica depende del grado de responsabilidad personal del uso de la lista.

Las nuevas herramientas e-listas<sup>31</sup>, dan posibilidades de crear listas de discusión y debate de manera gratuita y sin necesidad de depender de un servidor -como es el caso del programa majordomo- lo que está provocando un importante incremento de las mismas. La tendencia desde Mujeres en Red es referenciar en la web las listas temáticas abiertas por otros grupos o por mujeres a título individual para que quienes estén interesadas se sumen directamente a ellas.

---

<sup>31</sup> Ver el Manual Práctico. "Crear una lista de correo" pag. 106

Por otro lado es interesante subrayar que finalmente en España es cada vez más frecuente la elaboración de webs por parte de los grupos de mujeres y se han empezado por fin a crear listas propias de coordinación y distribución de información a través del correo electrónico, es el caso por ejemplo de Ca la Dona<sup>32</sup> en Barcelona, uno de los referentes históricos del feminismo en nuestro país. En Mujeres en Red existe una sección específica con el listado de los recursos sobre mujeres en la Internet del Estado Español <sup>33</sup>

### ► **Ocupar el ciberespacio con pensamiento y contenidos feministas.**

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. En estos momentos se están conformando los parámetros y se establecen los códigos de este nuevo medio en el que las mujeres queremos estar, influir y decidir, por ello desde la militancia y con el objetivo de luchar por la paridad en todos los espacios, resulta prioritario el trabajo en las estrategias de acceso.

Por otro lado, la Internet es una maravillosa herramienta para la difusión de contenidos y el movimiento feminista, uno de los principales motores en el proceso de transformación social del siglo XX, debe tener sin duda su peso específico en ella. Es importante que

---

<sup>32</sup> Su correo electrónico: caladona@pangea.org

<sup>33</sup> <http://www.nodo50.org/mujeresred/sp.htm>



desde los espacios feministas teóricos se asuma y se trabaje en este sentido con la responsabilidad de que vivimos momentos históricos en los que urge una decisión al respecto. Imaginad lo que significaría poner en común el conocimiento de los feminismos 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. ¿Vamos a permitir que el 80 por ciento de la red sea pornografía? ¿vamos a desaprovechar el espacio para ocuparlo con los temas que nos interesan, nos importan y nos ayudan a crecer y a empoderarnos? ¿vamos a esperar que sean las instituciones o los organismos internacionales quienes tomen la iniciativa por nosotras?

Dadas las dificultades de acceso por parte de las mujeres a los medios de comunicación tradicionales y la invisibilización de la que somos frecuentemente víctimas en ellos se impone estudiar también las posibilidades que la Internet nos ofrece como medio de comunicación alternativo para que circule la información elaborada con perspectivas menos sexistas y con contenidos menos sesgados. Con la aparición de numerosas webs especializadas en «información para mujeres» que sin embargo están reproduciendo los estereotipos tradicionales y discriminatorios se impone una estrategia para la elaboración de contenidos en la creación de noticias.

En América Latina, en África existen agencias especializadas en información con perspectiva de género (CIMAC, SIM, ALAI, Femmes-afrique-info) que nutren nuestras redes pero ¿qué ocurre con las



mujeres de Europa, que ocurre con las mujeres de España?. Desde Mujeres en Red la tendencia es a la elaboración de contenidos propios a partir de la información y de las temáticas que entre todas consideramos prioritarias y desarrollando las campañas que estimamos imprescindibles, pero resulta cada vez más evidente que se impone la creación de una estructura diferente para cubrir este frente cada vez más importante. En estos momentos Mujeres en Red ha logrado ya sin «campañas de promoción» que incluso periodistas de medios con amplia difusión la consideren como referente en la información de mujeres... con ello aumenta también nuestra responsabilidad y se impone la reflexión sobre como canalizar las nuevas perspectivas.

► **El empoderamiento a través de la red funciona, entre todas lo hacemos posible.**

Podríamos mencionar varios casos en los que el activismo en la red ha demostrado que podemos aportar nuestro grano de arena desde la colectividad y el empoderamiento para que las voces de las mujeres se escuchen y algunas situaciones cambien.

Nos sentimos menos solas ante la injusticia y tenemos la capacidad de reaccionar con rapidez e incluso contundencia.

Hace varios años tuvimos oportunidad de escuchar en España por primera vez el testimonio directo de una mujer afgana que vivía en



los campamentos de refugiados de Pakistán, Orezala, localizada a través de Mujeres en Red con el trabajo del grupo de mujeres de la Lliga dels Drets dels Pobles de Sabadell. Orezala viajó por todo el país gracias a la movilización de los grupos de mujeres locales conectados a la red y entre todas logramos que la voz de las mujeres afganas contra la injusticia de los fundamentalistas islámicos llegara hasta los lugares más recónditos. En ese viaje Orezala conoció a Ana Tortajada y se planteó entonces la posibilidad de que pudiera junto a otras compañeras, viajar a Afganistán... fue el germen de uno de los libros publicados en los últimos tiempos que mayor impacto han causado en las conciencias sobre la discriminación de las mujeres del planeta: «El grito silenciado. Diario de un viaje a Afganistán».

La campaña de apoyo a la jueza de Gijón Rosario Fernández Hevia, destituida como decana por sus compañeros, recalcitrantes conservadores, por haber osado cuestionar el ejercicio de la justicia incapaz de frenar los asesinatos por malos tratos... la denuncia por parte de las organizaciones de mujeres a la concesión del Premio Cervantes 2000 a Francisco Umbral, un escritor que con cuyos textos periodísticos había realizado directamente apología de la violencia contra las mujeres, canalizada en la recogida de firmas a través de la Internet (llegaron centenares de apoyos no sólo de España sino también de México, Cuba, Colombia, Argentina, Chile...) han demostrado las potencialidades de la red.





## LA MARCHA MUNDIAL DE LAS MUJERES 2000

En el ámbito internacional sin duda la experiencia más destacable en los últimos años del poder de las redes electrónicas de mujeres ha sido la organización de la Marcha 2000 un proyecto iniciado por poco más de un centenar de mujeres reunidas en Canadá, coordinado prácticamente sólo a través de la Internet y en la que se ha logrado la participación de millones de mujeres de todo el planeta alzadas contra la pobreza y la violencia de género.

La experiencia de la Marcha Mundial nos da también importantes elementos que quisiera simplemente apuntar para la reflexión en clave de futuro.

- Con la Marcha 2000 se logró una amplia plataforma, a ella se unieron prácticamente todos los grupos de mujeres del mundo, fue sin duda un buen ejemplo de movilización con las nuevas perspectivas que nos ofrece la globalización, pero con el objetivo de lograr la *unidad de acción* se quedaron en el camino importantes reivindicaciones que son en estos momentos el caballo de batalla del progreso en los foros internacionales: el derecho a la salud reproductiva, el acceso a los medios anti-conceptivos y el derecho al aborto o la libertad sexual y la defensa de los derechos de la comunidad lesbiana.
- En numerosos países la Marcha 2000 no fue asumido por los movimientos feministas y por las líderes de estos movimientos que, a



menudo con dificultades en el uso de la Internet se quedaron fuera de la dinámica preparatoria. La Internet está provocando sin duda un cambio en los liderazgos. La mayor participación en la red de mujeres jóvenes con menos dificultades para asumir el uso de las Nuevas Tecnologías favorece el relevo generacional en el activismo, pero por otro lado, la exclusión de muchas compañeras con experiencia y memoria histórica de las luchas va a menudo en detrimento de la solidez de contenidos.

Me gustaría aprovechar las últimas líneas de este apartado para subrayar que se impone un pacto entre mujeres para establecer puentes de acercamiento entre los diferentes mundos y evitar la profundización de una brecha que sin duda ya existe y que corre el peligro de agrandarse. No se trata de renunciar a las charlas con las compañeras del barrio, a las reuniones que nos hacen cómplices y nos ayudan a crecer... pero es fundamental además ser capaces de trasladar tanta riqueza de experiencias y debates a la red para compartirlas con las compañeras que físicamente están lejos pero con las que nos unen intensos lazos de sororidad y estrategias desde el feminismo.

Decir también que la Internet es una maravillosa herramienta para un espacio global y participativo pero también puede facilitar el control absoluto y la manipulación por parte de quienes saben manejar sus códigos.

En los últimos años, desde la sociedad civil se ha tenido capacidad para articular un importante movimiento de contestación a la



globalización neoliberal y a las instituciones que la sustentan a través de las redes electrónicas y el resultado hasta el momento ha sido tremendamente interesante, pero es de suponer la puesta en marcha de iniciativas para restringir esta capacidad de acción.

Es importante pues estar atentas a los procesos que se están llevando a cabo y que cambian con excesiva rapidez y de manera a veces imperceptible. Inevitablemente vamos a tener que convivir con las Nuevas Tecnologías de la Información y relacionarnos con ellas y sólo podremos contrarrestar la perversión del medio con una conciencia clara de cómo, porque y para que las estamos usando.

Internet es esencial en una estrategia de democracia participativa, posibilita incrementar la acción entre las personas, sectores sociales, países y regiones a escala planetaria, favorece la comunicación horizontal y la democratización de las comunicaciones.

Si logramos la máxima participación activa de las mujeres –y las mujeres no pueden quedar excluidas de ello– planteando contenidos, analizando información, utilizando la red como mecanismo de presencia, sin duda podremos aportar un punto más de esperanza en la lucha por un mundo menos androcéntrico y más justo para las mujeres.





 *Sí ellos pueden... ¿por qué no vamos a poder nosotras?*

**Manual Práctico: el ordenador y la Internet**



**Montserrat Boix**

Aunque cada vez hay más mujeres que se están incorporando al uso de la Internet y de las Nuevas Tecnologías las estadísticas indican que mantenemos el recelo en la utilización de las máquinas. No voy a entrar aquí en las cargas culturales y educacionales que nos dificultan el proceso, algunas compañeras han escrito ya interesantes trabajos sobre las implicaciones del problema de la tecnofobia que os recomiendo leer<sup>1</sup>. Quizás nos cambie la perspectiva el comprobar que nuestra relación con la ciencia es mucho más próxima y con mayor protagonismo del que la historia - escrita por los hombres- nos ha reconocido.

Advierto que en mi opinión un ordenador o la red de Internet son simplemente vehículos o medios, como lo serían un fax, un teléfono o un coche. Su carácter positivo o negativo dependerá de cómo y para qué los utilicemos y nuestro reto como mujeres y desde el feminismo será aprender a usar las máquinas a partir de nuestros propios intereses personales y colectivos.

---

<sup>1</sup> Ver Angustias Bertomeu. "Empujando las fronteras" - Revista Métodos de Información nº 28 - Mujeres e Información - Enero 1999  
<http://www.metodosdeinformacion.com/>



## Las nuevas tecnologías no sólo para lavar y comprar

A menudo nuestra primera reacción a las Nuevas Tecnologías es el temor de que resulten demasiado complicadas para nosotras. Pero ¿no hemos aprendido a usar el microondas, la lavadora, el lavaplatos y todo un sin fin de artilugios con pequeños programadores? ¿por qué no vamos a saber conectarnos a la Internet?

Sin duda alguna estoy convencida de que podemos aprender con rapidez. Y será entonces cuando deberemos enfrentarnos a la cuestión esencial: ¿para qué vamos a usar las nuevas tecnologías?



### **Margherita, una lavadora que puede programarse a través de la Internet.**

Hace algunos meses salió al mercado un nuevo electrodoméstico *inteligente*, la lavadora Margherita, con un programador controlable a partir del teléfono móvil o desde la Internet. Accediendo a su web<sup>2</sup> con una clave que cada aparato posee, podemos activar y desactivar programas o consultar el ciclo de lavado. Ya se fabrican frigoríficos capaces de detectar cuáles son los productos agotados y organizar automáticamente la cesta de la compra. Son sólo pequeños ejemplos de lo que el futuro inmediato nos depara.

Nuevos artilugios nos permiten ya el acceso a la Internet sin usar el ordenador salvando la barrera física que a menudo éste representa. La televisión, una pantalla añadida al teléfono con conexiones abreviadas y

---

<sup>2</sup> - <http://www.Margherita2000.com>



sencillas allanan los obstáculos, todo facilidades al servicio del objetivo primordial: facilitar el consumo a través de la red.

Pero podemos usar la Nuevas Tecnologías de otra manera. Existen otras posibilidades...

***Vamos a investigar sobre estas otras posibilidades y sobre todo, vamos a aprender un poco más sobre los medios técnicos para que nos ayuden a decidir cómo y para qué utilizarlos.***

En este texto he intentado facilitar algunos datos básicos sobre el ordenador y la Internet buscando términos de fácil comprensión y organizando la información con una lógica diferente a la que habitualmente se ofrece en los fríos manuales de uso. A menudo estos manuales han sido elaborados para un patrón ajeno a nosotras -hombre, blanco, anglosajón, clase media- y a nuestros intereses. Así en este manual he intentado recoger la información que a partir de mi propia experiencia como mujer autodidacta interesada en utilizar las Nuevas Tecnologías para el espacio social y solidario me han parecido esenciales y sobre todo útiles. Por otro lado señalar que en estos momentos contamos ya con varios manuales elaborados específicamente con perspectiva de género a los que puede accederse a través de la red que nos permitirán ampliar información y cuya referencia señalaré al final de este documento.

A menudo cuando participo en mesas redondas sobre las mujeres y el uso de la Internet me suelen comentar que mi entusiasmo es contagioso. En todo caso espero que mi exposición resulte al menos algo ventajosa y facilite que te animes a sumarte a la ocupación del ciberespacio.

Pero vayamos a lo práctico...





## EL ORDENADOR

¿Vale cualquier ordenador para el acceso a la Internet?

No vale cualquier ordenador pero tampoco necesitamos un ordenador supersónico última generación. Al menos no para enviar y recibir correo electrónico y navegar por la red, otra cosa será si nos planteamos tener un ordenador para trabajar con programas de tratamientos de imagen, música o juegos que exigen a las máquinas más capacidad y prestaciones.



### 1. La parte física. El *Hardware*

Se llama *hardware* a los componentes físicos de un ordenador, las piezas de la máquina.



#### Componentes esenciales de un ordenador

- ▶ **Procesador.** Las tres marcas principales son Intel -fabricantes del conocido Pentium-, AMD y Celeron. Es importante fijarse en la velocidad del mismo. Se recomienda una velocidad para el procesador entre 600 y 900 MHz (Megahercios).
- ▶ **Disco Duro.** La elección dependerá de nuestra necesidad de almacenar programas, juegos, documentos, fotos, música, etc. Lo mínimo aconsejable si compramos un ordenador nuevo son 6 u 8 GB (Gigas).



- ▶ **Memoria RAM.** Fundamental para la rapidez en la ejecución de programas. Lo mínimo aceptable son 64 Mega bites (Megas). La siguiente opción es el doble, 128.
- ▶ **Tarjeta de video.** Hay gran diversidad de calidades y precios. La elección debe ser en función del tipo de procesador que tengamos, de la calidad de la pantalla del PC, de si tenemos instalado un DVD, de si vamos a utilizar juegos sofisticados de imagen, etc. No pueden instalarse tarjetas de altas prestaciones en procesadores poco potentes.
- ▶ **Tarjeta de sonido.** Se impone el mismo planteamiento que en la tarjeta de video. Dependerá del uso que queramos dar al ordenador. La potencia aconsejable de altavoces es de 120Kw.
- ▶ **Módem** – Puede ser externo o interno. Se recomienda la velocidad mínima de 57.600.
- ▶ **Lector de disquetes** – Unidad A.
- ▶ **Lector de compactos** con tres posibilidades según la potencia del procesador:
  - El **lector de CD-ROM** clásico, imprescindible para instalar el sistema operativo y los programas, utilizar algunos juegos o poder escuchar música. Para instalar un CD-ROM se requiere como mínimo un procesador Pentium.
  - El **lector-grabador de CDs.** Cada vez más frecuente en los equipos. Permite la utilización de un CD como tradicionalmente hemos utilizado un disquete... es decir el almacenamiento de datos, pero con mucha más capacidad. Es muy útil para guardar fotografías, sonido, música, etc. El lector-grabador de CDs también nos permite hacer copias de CDs de datos, música,

imagen, etc. Para instalarlo necesitamos un procesador entre Pentium II y III. Aunque tengamos un lector de CD podemos añadir al mismo ordenador sin problemas, si la potencia lo permite, un lector-grabador. Se identificarán en el PC como Unidades D y E.

- El **DVD-ROM** –Digital Versatil Disc- tiene las mismas prestaciones que el lector de CD pero además reproduce DVDs de capacidad muy superior a los compactos (1 DVD equivale a más de 20 CDs). Este formato se está utilizando para almacenar películas –se pueden incluir subtítulos y canales en varios idiomas-. Cada vez es económicamente más accesible pero tenemos que comprobar antes de instalarlo si la velocidad del procesador es suficiente para asumirlo –mínimo debe ser un Pentium II con 64 Mb de memoria RAM y una velocidad de 400 MHz- y si la tarjeta de vídeo que tenemos es capaz de reproducir su señal.



*Por cierto... no os asustéis por el vocabulario... en realidad sólo resulta un poco nuevo. De manera consciente o inconsciente quienes “dominan” la tecnología utilizan a menudo conceptos y palabras complejas quizás para delimitar su territorio y hacerlo inaccesible al resto de los mortales, pero la realidad es mucho más sencilla y manejable.*





## Lo más importante del PC: el procesador

El **procesador** es el *cerebro* del ordenador y aunque tiene un tamaño diminuto –de unos 2 cm<sup>2</sup>– es una parte esencial del mismo. Dependiendo del tipo de procesador y su velocidad el PC tendrá mejor o peor rendimiento, algo muy importante para el funcionamiento de los programas.

Existen tres marcas de procesadores pero la más conocida y usada es Intel. El procesador más rápido a precio razonable y el más habitual en equipos modernos es actualmente el **Pentium III** –se fabrican ya los Pentium IV pero su coste es todavía prohibitivo– también es frecuente encontrar el Celerum –similar en potencia al Pentium II pero más barato por no tener **caché interno**<sup>3</sup>– es el procesador que tienen instalado muchos ordenadores que nos ofrecen en oferta, especialmente los portátiles. Hace dos o tres años, el procesador más rápido que podía encontrarse en el mercado a precio estándar era el Pentium y muchos ordenadores comprados en aquella época lo son.

Si en estos momentos decides comprar un ordenador te ofertarán ya los procesadores más rápidos y en la práctica las opciones de elección estarán entre un Pentium II, un Pentium III o un Celerum pero

---

<sup>3</sup> El caché es una de las memorias del ordenador, muy rápida, que contiene las operaciones más frecuentes o las últimas realizadas, con lo que aumenta considerablemente la velocidad de los procesos al evitar en muchos casos el acceso a memorias más lentas. También se le da este nombre a espacios en disco destinados a contener información reciente obtenida de medios lentos como Internet, con lo que se evitan tiempos de espera en las cargas de las páginas.

si tienes en tu casa un Pentium sencillo o te planteas procurarte un equipo básico para usar Internet y tener correo electrónico no muy caro, de segunda mano -los Pentium en estos momentos pueden comprarse por unas 35.000 o 40.000 ptas- vamos a contarte como reciclarlo para un funcionamiento óptimo.

Además de conocer el tipo de procesador es importante saber la velocidad del mismo. Está indicada por la cifra que acompaña habitualmente al nombre del procesador. Un **Pentium III** funcionará a partir de 450 MHz -Megahertzios- aunque actualmente se venden con velocidad de 900. Los primeros Pentium funcionaban a 100, 120, 133, 166 y 200 MHz... imaginaros como ha aumentado las posibilidades en poco tiempo.

Toda la información sobre tu procesador, memoria, memoria RAM, etc. la encontraras en *Mi PC/Panel de Control/Sistema*.

Es importante tener en cuenta que estamos utilizando como referencia el **sistema operativo** más frecuente, es decir, el Windows 95 o 98<sup>4</sup>.



### **Reciclar material Informático: una posibilidad práctica y barata**

Algunas compañeras han acuñado para ello el termino de **cacharrería informática**. Por falta de capacidad adquisitiva o simplemente por el empeño en el aprovechamiento de recursos el reciclado de material informático se plantea como una interesante alternativa al consumo desenfrenado en el terreno de las Nuevas Tecnologías don-

---

<sup>4</sup> Ver apartado "Sistema operativo" pag. 67



de cada pocos meses aparecen equipos más modernos, con más prestaciones y con mejor diseño.

Un procesador inferior al Pentium no es aconsejable adaptarlo al uso de Internet pero puede ser todavía útil para el tratamiento de textos, es decir, para realizar las funciones de una máquina de escribir. Me refiero al tipo de ordenadores que se vendían hace cuatro o cinco años con procesadores de 286, 386 y 486. En realidad un Pentium es un procesador 586 que Intel bautizó así por razones de mercado.

El procesador es el componente más caro de un ordenador y no merece la pena cambiarlo si nos planteamos un reciclado, al igual que el disco duro (unidad C) donde se almacena de manera permanente toda la información copiada, creada o descargada de Internet –programas, datos, etc- pero podemos ampliar la memoria RAM, instalar o modernizar el lector de CD e instalar o modernizar un módem para la conexión a la red telefónica.



### **Añadir memoria RAM a un Pentium para mejorar el rendimiento**

La **memoria RAM** –siglas de Random Access Memory, en castellano Memoria de Acceso Aleatorio- ayuda en la capacidad de almacenamiento de información del ordenador y en la rapidez con la que se procesan los datos. En la memoria RAM se almacena solo el programa que se está utilizando y una parte muy reducida de los datos generados con ese programa. Si tenemos bastante memoria RAM el programa se ejecutará con rapidez, si tenemos poca memoria RAM y el programa ocupa mucha de esta memoria, el programa se ejecuta-



rá lentamente o dará problemas quedándose *colgado* y bloqueándose a menudo.

Es frecuente que cuando compramos un ordenador tenga poca memoria de configuración estándar pero existe una memoria RAM opcional que podemos añadir a medida que vayamos necesitando un aparato con mayor capacidad para ejecutar programas más complejos.

Cada ordenador está diseñado para incorporar una cantidad máxima de memoria y la **placa madre** –plataforma base del ordenador donde se colocan todos los demás elementos- dispone de varias ranuras –habitualmente cuatro- donde insertar las nuevas placas de ampliación de memoria RAM. Si el ordenador ha sido comprado recientemente no debe preocuparnos excesivamente el tema pero si tenemos un Pentium y nos planteamos el reciclado para iniciar o mejorar nuestra conexión a Internet ampliar memoria es decisivo.

Físicamente las memorias RAM son pequeñas placas de unos 15 x 4 cms. y se colocan de dos en dos. Es decir, nuestro ordenador podrá tener dos o cuatro tarjetas de memoria RAM, nunca una o tres. Cada par debe tener además iguales características de tamaño y velocidad. Lo ideal es poder hacer una ampliación de dos placas de memoria de 32 Mb cada una si el procesador lo admite - nos costarán las dos unas 20.000 Ptas. - también existen placas de 16MB y de inferiores capacidades pero instalarlas no merecería la pena para el fin que nos ocupa... el de preparar un ordenador poco potente para conectarnos a la Internet.

Si vas a un servicio técnico para que te instalen las tarjetas de memoria deberán cobrarte el precio mínimo –suele ser una hora



de trabajo de un técnico- pero colocarlas es muy fácil y puedes hacerlo tu misma, así de paso, pierdes el miedo a la maquinita que no es tan delicada como parece. Se desmonta el caparazón de la torre, se saca la placa madre y se introduce la memoria en las ranuras. La memoria puede solo insertarse en una de las dos posiciones obvias. Los terminales metálicos se insertan en la ranura. Las tarjetas se insertan a un ángulo de unos 45 grados y después se giran hasta que quedan aseguradas por dos grapas.

Recuerda que debes desconectar la placa madre de la toma de corriente antes de iniciar cualquier manipulación.

Más información sobre las diferentes partes de un PC, cómo seleccionar los componentes e incluso como construir tu misma un ordenador en:

<http://www.geocities.com/SiliconValley/Haven/9419/>



## **El módem. Su velocidad es importante para las conexiones**

El **módem** es el dispositivo de conexión entre nuestro ordenador y la línea telefónica para el acceso a Internet. Si tenemos un módem de hace un par de años sería bueno revisarlo y comprobar su velocidad de conexión. Lo adecuado es la conexión mínima a 57.600 Kbs. Puedes comprobar la velocidad de tu módem en el icono *Mi PC/Panel de Control/Módems*. Si el módem tiene una velocidad menor merece la pena cambiarlo... ganarás en rapidez, calidad de conexión e incluso en tiempo de conexión porque tardarás menos en acceder a la información de las web y en *bajarte* los mensajes. Si tienes un módem interno y no quieres



embarcarte en abrir la carcasa del ordenador puedes añadir un módem externo.

Un ordenador puede tener varios módems. Si este es el caso, cuando configures la conexión a Internet a partir del *Acceso Telefónico a Redes* deberás elegir cual es el módem con el que quieres conectarte.

Además de conectar físicamente el aparato es imprescindible instalar sus **drivers**, es decir, el paquete de instrucciones **-software-** que ayudaran al ordenador a reconocer las características del nuevo elemento incorporado al PC<sup>5</sup>. Estas instrucciones son entregadas junto al módem en un disquete o en un CD. El propio ordenador te pedirá que introduzcas los datos ya que el sistema operativo Windows tiene la capacidad de detectar automáticamente los nuevos elementos incorporados y pedir la información que falta. Pero puedes instalarlos también directamente... se hace a través desde *Mi Pc/Panel de Control/Agregar o quitar programas*. Cuando compras el módem se adjunta habitualmente el disquete o CD de *drivers* y las instrucciones para esta operación.

## 2. Los programas. El **Software**.

Si los aspectos físicos -el **hardware**- del PC son fundamentales, no menos importantes son los programas que necesitaremos para que la máquina funcione. Esos programas se denominan software. Existe un **software** básico sin el que la máquina-ordenador no po-

---

<sup>5</sup> También tienen *drivers* las tarjetas de sonido, video, CD-ROM, grabadoras, etc.



dría funcionar ni recibir las órdenes de ejecución de los diferentes programas que instalaremos posteriormente. Este **software** básico es el sistema operativo.



## **El sistema operativo: *Windows* versus *Linux***

El concepto en sí quizás nos resulte un tanto extraño pero cuando mencione el nombre del programa más utilizado como sistema operativo lo veremos más claro. Estoy hablando del Windows en sus diferentes versiones: ***Windows 95, Windows 98 y Windows Milenium***. Existe también el **Windows NT** para aquellos ordenadores conectados en serie.

Este sistema operativo ha sido diseñado por la empresa Microsoft cuyo propietario es Bill Gates y es utilizado por el 90 % de usuarios de informática que pagan religiosamente al imperio Gates jugosos derechos... todo un poder económico sumado al significado político y social de la capacidad de controlar las herramientas básicas de la mayoría de ordenadores de todo el mundo. Técnicamente el sistema Windows significó en su momento una revolución. Su entorno de símbolos y dibujos facilitó que millones de personas sin especial entrenamiento informático pudieran usar un ordenador.

Frente al ***Windows*** se sitúa el ***Linux***, del que cada día oiremos hablar más. Se trata de un sistema operativo desarrollado de manera cooperativa y no mercantil por centenares de personas que han apostado por el ***software libre y gratuito*** frente al imperio Microsoft.

El creador de ***Linux*** fue un joven finlandés de 21 años, Linus Torvalds, estudiante de la Universidad de Helsinki. En Julio del 91

presentó su proyecto al grupo de intercambio de información por correo electrónico con el que estaba conectado buscando gente interesada en desarrollar la idea. Poco a poco se han ido sumando a la idea cientos de programadores que han creado un grupo de desarrollo amplio (Linux Developers) al que Linus Torvalds continúa vinculado. Asumen compartir generosamente la información y el conocimiento en la Internet, ponen a prueba sus avances técnicos, traducen a diferentes idiomas el material elaborado, escriben ficheros de ayuda para los usuarios y usuarias no expert@s y desarrollan *paquetes* (Debian) para facilitar instalación de los programas. Cualquier persona puede usar estos programas de manera gratuita sin pagar licencias a nadie.



*Linux se ha convertido en la cara solidaria de la Internet y la esperanza para los países del Sur a los que se allana el camino en el acceso a las Nuevas Tecnologías.*

Para nosotras, en nuestra iniciación a la informática, el debate sobre la utilización de **Linux** o **Windows** es en la práctica poco asquible porque de momento el entorno del sistema operativo Windows resulta todavía más fácil para quien no conoce en profundidad el lenguaje informático. Pero es importante saber que la elección entre **Windows** o **Linux** forma parte de un debate ideológico sobre el control de la tecnología y su democratización que no podemos eludir<sup>6</sup>.



Por cierto que a pesar de que en general estamos hablando de un universo masculino aunque sea en la tecnología alternativa, ya ha nacido en Alemania una red internacional específica de mujeres usuarias del Linux: ummm, que envida!!!! Este es su simpático logo.



KDE-Women

<http://www.women.kde.org/>

---

<sup>6</sup> Para ampliar información:

**Cooperación y producción inmaterial en el software libre.**

**Elementos para una lectura política del fenómeno GNU/Linux**

<http://www.sindominio.net/biblioweb/telematica/cooperacion/>

**¡Tod@s expert@s! Redes de intercambio de saberes tecnocientíficos**

<http://www.sindominio.net/biblioweb/telematica/expertos/>

**La pasión por lo libre.** Entrevista a Richard Stallman

<http://www.sindominio.net/biblioweb/telematica/libre.html>

**El proyecto GNU**

[http://www.sindominio.net/biblioweb/telematica/thegnuproject\\_es.html](http://www.sindominio.net/biblioweb/telematica/thegnuproject_es.html)

**La Catedral y el Bazar.** Eric S. Raymond

<http://www.sindominio.net/biblioweb/telematica/catedral.html>

**Internet y exclusión tecnológica**

<http://www.nodo50.org/articulos/exclusion.htm>

## Los programas imprescindibles para nuestro PC

Cuando compramos un ordenador éste se entrega con el sistema operativo ya instalado<sup>7</sup>. Además del sistema operativo, necesitaremos en nuestro PC los siguientes programas:

- ▶ Un **procesador de textos**. Con el sistema operativo Windows se instala automáticamente un procesador de textos llamado Word Pad de prestaciones básicas. Se localiza en *Inicio/Programas/Accesorios*. El procesador de textos más usado es el Word que además, en sus últimas versiones, permite editar textos en formato html para crear páginas web.
- ▶ Un **navegador** para leer las páginas web. El más usado es el Explorer –de nuevo de Microsoft- y se incluye también en el paquete de instalación el sistema operativo Windows. Otro navegador muy utilizado por quienes no tiene excesiva simpatía a Bill Gates es el **Netscape**. Ambos navegadores tienen prestaciones y formatos parecidos y los dos incorporan herramientas para el uso del correo electrónico, creación de páginas web, etc. Hay que tener en cuenta que existen versiones diferentes de cada navegador. La última versión de **Explorer** en español es la 5.0 y la de Netscape

---

<sup>7</sup> Es importante pedir siempre una copia en un CD de los programas introducidos en el ordenador en el momento de comprarlo, especialmente la del sistema operativo. Si en alguna ocasión los archivos del programa instalado se estropean deberemos reinstalarlo otra vez encima y si no instalamos la versión exacta del Windows nos dará problemas y podemos vernos obligadas a vaciar todo el ordenador y reformatear el disco duro.



es la 4.51. Netscape ha lanzado ya al mercado la versión 6 en inglés pero además de la desventaja del idioma está todavía en fase experimental y es inestable.

- ▶ Un **programa de correo electrónico**. Además de los programas que se instalan con los navegadores, existen otros que sirven exclusivamente para manejar el correo. Entre estos últimos quizás el más conocido sea el Eudora.
- ▶ Un **compresor y descompresor de archivos**. El más usado es el **Win Zip**. Se utilizan para reducir el tamaño de grandes archivos - texto, imágenes, sonido, programas- que deben transferirse a través de la red. Con el Win Zip se comprime el archivo y se facilita la rapidez del envío. La persona que recibe el archivo comprimido debe tener también el mismo programa en su ordenador para descomprimirlo –de alguna manera *desempaquetarlo*- y poderlo después manejar normalmente.
- ▶ Un **programa para leer archivos PDF** –son iniciales de Portable Document Format- formato muy utilizado para la difusión en la Internet de libros electrónicos, periódicos y documentos cuya imagen visualizaremos como si fuera una fotocopia de cada página que podremos imprimir pero no editar. El programa que nos permitirá leer archivos en PDF se llama **Acrobat Reader** y se localiza, al igual que Win Zip, gratuitamente en la red.
- ▶ Un **antivirus**. Es importante tener clara la necesidad de proteger el ordenador de virus, no sólo por ti sino para evitar el contagio de otros ordenadores al conectarte a la Internet ya que cuando tu ordenador está infectado, el virus se transmite sin darte cuenta a través del correo electrónico escondiéndose

en los archivos que envías o enviándose automáticamente en un mensaje sin texto o texto incongruente a las direcciones de correo que tu tienes almacenadas en el Libro de Direcciones. Recuerda que los antivirus deben actualizarse cada poco tiempo. Muchos antivirus ofrecen la posibilidad de actualizarse automáticamente cuando te conectas a la Internet. Con el precio de compra de un antivirus está incluida su actualización durante un año, al siguiente, hay que pagar de nuevo.

► Un **reproductor de archivos multimedia** - audio, video, etc.- en caso de que nuestro ordenador sea suficientemente potente para permitirlo. Uno de los más divulgados es el **Real Player** que suele instalarse con las últimas versiones del navegador Netscape. Este programa reproduce también archivos **MP3**, un formato de audio que se ha hecho muy popular para *bajar* música de la red. Los archivos **MP3** tienen la ventaja de que el tamaño del archivo que bajas a tu ordenador con cada canción es relativamente pequeño teniendo en cuenta que se trata de un archivo de sonido o audio. A través del Real Player puedes escuchar también numerosas emisoras de radio que emiten ya a través de la Internet.

## ► Programas *freeware*

Hay un gran número de programas que se consiguen gratuitamente y puedes localizarlos en la red. Son los llamados programas **freeware**.

Los ofrecen en numerosas páginas. Una buena página web para localizar los programas más básicos y bajártelos es la del servidor Nodo 50. <http://www.nodo50.org/ftpsoft.htm>



## Programas *shareware*

Además de los programas gratuitos señalizados con la palabra **freeware** es frecuente localizar programas **shareware**. Significa que se ofrece una versión de prueba de manera gratuita durante un plazo determinado de tiempo -suele ser de uno o dos meses- y que después tienes que pagar por él.

## **Bajarte un programa desde la Internet para instalarlo en tu PC**

Para *bajar* un programa desde una página web deberás localizar la palabra **download** -bajar, en inglés- o **download now**-bajar ahora-. En ese punto empieza la descarga inmediata. Haz un clic y se desplegará un menú para determinar en que lugar del ordenador quieres almacenar el programa que vas a bajar.

Es importante que identifiques el lugar del ordenador en el que lo guardas -puede ser práctico habilitar una carpeta específica- y el nombre con el que se archiva para después localizarlo con facilidad y abrirlo procediendo a la instalación del programa. También hay que tener en cuenta que muchos archivos que descargamos o que bajamos al PC están comprimidos. Para abrir el programa comprimido y poder instalarlo necesitaremos el programa Win Zip. Si lo tenemos ya en nuestro ordenador, el Win Zip actuará automáticamente y desempaquetará el archivo con un solo clic sobre el icono del archivo comprimido.

### 3 Elegir un servidor

Tenemos ya el PC, el módem conectado a la línea telefónica y los programas para navegar, pero antes de iniciar el periplo necesitaremos darnos de alta a un servidor que nos abra la puerta de acceso a la red.

#### ¿Qué es un servidor?

La Internet está formada por un conjunto de ordenadores interconectados a través de diferentes medios físicos (cables –de teléfono y televisión-, fibra óptica, satélite, rdsi, etc.) que tienen la capacidad de intercambiar y compartir información. Para que pueda accederse a esa información a cualquier hora del día y de la noche desde cualquier parte del mundo es necesario que las máquinas estén funcionando de manera permanente. Es una de las principales misiones de los servidores con sus ordenadores de gran capacidad.

#### Las tareas más importantes de los servidores son:

- ▶ **Albergar páginas web.** Si decidimos construir nuestra página web y colocarla en red para que pueda ser visitada tendremos que albergarla en un servidor que al funcionar de manera ininterrumpida mostrará nuestra web a cualquier hora y a cualquier visitante que teclee su dirección o dominio.
- ▶ **Almacenar los mensajes de correo electrónico** hasta que nosotros nos conectemos, los *bajemos* a nuestro PC y los leamos.



- ▶ **Ofrecer conexión para navegar** y otros servicios relacionados con ello.

El **conectarse a un servidor** significa simplemente que nuestro PC está conectando con un gran ordenador central -el de nuestro proveedor de Internet- que nos abrirá la puerta al **cibespacio** y la mantendrá abierta durante el tiempo que estemos en la red, navegando, recogiendo nuestro correo electrónico o transfiriendo ficheros.

Es importante hacer la diferencia entre el servidor que provee los servicios de la Internet y la línea telefónica necesaria para navegar y que pagaremos con la factura del teléfono según el tiempo de conexión, aunque puede coincidir que a veces sea la misma empresa la que nos ofrezca ambos servicios.

## ▶ **El coste de Internet**

Se divide en dos partes:

- ▶ **La contratación del acceso a la Internet a un servidor.** Cada vez es más frecuente que el servicio sea gratuito aunque con prestaciones y velocidad básica. Hasta hace poco tiempo se pagaban unas 10.000 Ptas. al año simplemente para que el servidor nos diera acceso a la red y nos designara una dirección de correo electrónico. En estos momentos darse de alta para uso doméstico en prácticamente todos los servidores es gratuito al igual que conseguir una dirección de correo electrónico, pero la calidad de los servicios no siempre es buena.



- ▶ **El coste de la llamada telefónica.** Suele ser práctica la contratación de *bonos* por paquetes de horas –de 10 o 50 horas al mes- o de la llamada *tarifa plana* que ofrecen ya todas las operadoras, que permite a partir de una cantidad inferior a las 3.000 pesetas navegar durante todo el tiempo que quieras desde las 6 de la tarde a las 8 de la mañana de lunes a viernes y las 24 horas sábados, domingos y festivos.

## ▶ **Configurar la conexión telefónica: Acceso telefónico a redes**

El siguiente paso tras la instalación del módem es configurar la conexión para acceder a la línea.

El proceso es el siguiente:

- Ir a *MiPc/Acceso Telefónico a redes/Crear nueva conexión*
- Dar nombre a la conexión que creamos para identificarla con respecto a otras, ya que podemos tener varias conexiones.
- Añadir el número de teléfono al que queremos conectarnos. Este número será el de la conexión del nodo que corresponda a tu proveedor de Internet en la zona donde vives para poder realizar una llamada local.

Cuando se inicie la conexión a la Internet te pedirá un nombre de usuario y una contraseña -en inglés **password**- que te da también el servidor.





*¡OJO! No confundir los datos –nombre y contraseña– del inicio de la conexión a Internet con los que necesitamos para configurar y conectarnos para recibir nuestro correo electrónico. No tiene nada que ver. Es cierto que a menudo los servidores además de la conexión ofrecen también de manera gratuita una o varias direcciones de correo electrónico pero una cosa es independiente de la otra.*



## **Datos del servidor para configurar nuestra conexión a Internet**

Los datos que debe ofrecer el servidor para que puedas crear la conexión a Internet son:

- **nombre de usuaria**
- **contraseña**
- **número de teléfono del nodo** al que debes conectarte para que el pago de la llamada telefónica sea con tarifa local.
- y sólo en algunas ocasiones (por ejemplo, Jazzfree porque en otros casos los proveedores la asignan automáticamente) las direcciones del protocolo TCP/IP. Es el número de identificación del servidor y está formado por cuatro cifras de tres dígitos que tendrás que agregar a tu conexión con el siguiente procedimiento: Cuando hayas creado ya la nueva conexión márcala con el ratón y haz un clic con el botón derecho del mismo. Se despliega un menú. Elige *Propiedades/Tipo de Servidor/Configuración TCP/IP – Direc-*



*ciones del Servidor asignadas por el usuario.* Es entonces cuando sustituiremos los ceros existentes en la configuración inicial por los números que el servidor nos ha dado



### **Datos del servidor para configurar nuestro correo electrónico.**

Al margen de la conexión a Internet, el servidor suele ofrecer la posibilidad de tener una dirección de correo electrónico.

Los datos que el servidor deberá procurarnos para poder configurar nuestro programa de correo electrónico con el fin de recoger los mensajes que nos han enviado a la dirección creada y tener capacidad para enviar mensajes desde la misma dirección son:

- **Nombre de usuaria**, es el nombre de la dirección de correo electrónico que hemos elegido. Figurará antes del símbolo de la arroba. Ejemplo: ameco@
- **Contraseña**, también determinada previamente por nosotras.
- **Servidor de correo entrante o POP3**
- **Servidor de correo saliente o SMTP**



*Debemos apuntar estos datos en un lugar donde no se pierdan porque serán importantes si alguna vez hay que volver a configurar el programa de correo en tu ordenador o quieres usar otros ordenadores para recibir mensajes.*



## ► Algunas opciones para contratar la conexión a Internet

- Terra. Servicio de conexión gratuita que puede obtenerse con un kit de conexión o accediendo a la web <http://www.terra.es>. Con esta conexión gratuita –al menos de momento- puedes configurar una cuenta de correo electrónico con servidores pop y tendrás espacio para alojar tu página web personal. Tiene *tarifa plana* de 18 horas a 8 de la mañana por 2.750 Ptas. al mes IVA no incluido y una tarifa de conexión durante las 24 horas de alta velocidad ADSL por 6.500 Ptas. al mes que necesita una instalación especial. Terra y Teleline pertenecen al Grupo Telefónica. Tel. de información: 902152025
- EresMas. También te ofrece conexión gratuita a Internet. En la dirección <http://www.eresmas.com> tienes datos sobre tarifas, conexión, etc. Puedes darte de alta en el teléfono 015. La *tarifa plana* aquí nos costará 2.600 más IVA. Existe una tarifa de conexión las 24 horas a 9.800 Ptas. al mes. Es un servicio de Retevisión.
- Jazzfree. Ofrece acceso gratis a Internet, una cuenta de correo POP3 y servicio de asistencia telefónica permanente. Puedes darte de alta en el teléfono 902.902.902 o a través de la web: <http://www.jazzfree.com/>.



*Si tienes un ordenador portátil y cambias de ciudad, antes de conectarte deberás averiguar el número de nodo local, es decir, el número de teléfono de conexión local de tu proveedor de acceso a la red, para realizar el pago de la llamada de conexión a la Internet con tarifa local.*



## ► Los servidores alternativos: el uso social y solidario de la Internet

A la calidad en servicios entre un servidor u otro -si la conexión es rápida o lenta, si las direcciones gratuitas de correo electrónico funcionan o dan problemas, etc.- se suma un importante factor diferenciador: el ideológico.

Paralelamente al desarrollo especulativo de la red, en todo el mundo han surgido **servidores alternativos** para potenciar el uso social y democrático de la Internet. Nos hemos referido específicamente a ellos como factores esenciales en el apoyo de la creación en sus orígenes de las primeras redes de mujeres en la Internet y en el uso estratégico de las Nuevas Tecnologías con perspectiva de género.

Estos servidores son aglutinadores de los movimientos sociales y sus máquinas albergan las web de ONGs, grupos ecologistas, de contra información, feminismo, sindicalismo, movimientos anti-globalización neoliberal, de lucha por los derechos humanos, etc... no tienen objetivos comerciales y su supervivencia, esencial para mantener la pluralidad en la Internet, depende del apoyo de la población sensible a la necesidad de mantener este tipo de estructuras para garantizar el futuro solidario de este nuevo espacio de comunicación.



*Los servidores alternativos participan de la filosofía del uso del software gratuito y facilitan la accesibilidad de recursos informáticos en la lucha contra la desigualdad social y la mercantilización del conocimiento.*



Si perteneces a alguna organización social sin fines comerciales puedes apoyar a los servidores alternativos albergando tu web en ellos. Como contrapartida podrás disfrutar de precios reducidos y apoyo para el desarrollo de vuestro proyecto de comunicación en la Internet.

A título personal puedes colaborar contratando tu dirección de correo electrónico -la cuota de apoyo en el **Nodo50** es de 6.000 Ptas. al año-. Es una alternativa barata para disfrutar de una dirección de correo electrónico permanente y estable sin los problemas que suelen generar las direcciones de correo gratuitas, además de permitirte estar conectada a las redes sociales.

Los principales **servidores alternativos** en el Estado Español son **Nodo 50**<sup>8</sup> y **Sindominio.net**<sup>9</sup>

## 4. Empezando a navegar

Tras haber creado la *Conexión telefónica a redes* hacemos un clic sobre ella, damos la orden de *Conectar* y abrimos el programa navegador para iniciar el periplo. También es posible el proceso contrario... al abrir el navegador nos pregunta si queremos trabajar conectadas -cabría la opción por ejemplo de que quisiéramos editar mensajes antes de conectarnos-, y con qué conexión queremos hacerlo.

---

<sup>8</sup> <http://www.nodo50.org>

<sup>9</sup> <http://www.sindominio.net>



El lenguaje en el que se escriben los documentos en la Internet se identifica con las siglas **html** que significan **Hyper Text Markup Language**. Un documento de **hipertexto** consta de texto, gráficos y otros elementos multimedia que son los que conforman una página web.



## Direcciones de web y dominios

La dirección de una web siempre comenzará con la misma fórmula: **http://www**.

Debemos distinguir entre lo que es un **sitio web** y una **página web**. Un **sitio web** consta de diversas **páginas web** conectadas a través de enlaces que tienen la misma raíz de dirección, es decir, un **sitio web** es como una carpeta que alberga diversas **páginas web** dentro. Y puestas a ello, podemos también diferenciar el concepto **portal** cuya utilización es frecuente. Un **portal** es un espacio en la Internet que reúne diferentes **sitios web**.

Con respecto a la terminología, para quienes tengan afición a eso de los nombrecitos, os comentaré que a las direcciones de web se les llama técnicamente **URL** –Uniform Resource Locator o lo que es lo mismo Localizador Uniforme del Recurso- pero de poco sirve recordarlo. Por el contrario, es especialmente útil saber que por la dirección de una página web podemos deducir algunos datos que pueden facilitarnos seguir la pista de algún documento que nos interese y que al buscarlo aparece de entrada como inexistente.

Tras la primera parte mencionada... **http://www** que nos indica que la dirección que buscamos es una **página web**, se escribe el



nombre del **dominio**<sup>10</sup>, o bien el nombre del servidor en el que se alberga la web.

En el caso de AMECO, por ejemplo, si tuviera dominio la dirección sería: <http://www.ameco.org>, pero como en realidad no tenemos *dominio propio* estamos dentro del *dominio* de nuestro servidor, el Nodo 50, y así nuestra dirección real es:

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

A partir de la barra / la dirección indica la ruta de acceso a la carpeta donde se ubica en el servidor el fichero que hemos solicitado.

La primera página de un sitio web se llama **home**, casa en inglés. Tras la dirección de esta primera página se escribe una barra. Las páginas dependientes de esta primera tendrán la terminación de **.html** o bien en **.htm**. Así en un nuevo ejemplo, el listado de medios de comunicación de mujeres incluido en el sitio de AMECO tiene la siguiente dirección: <http://www.nodo50.org/ameco/enlaces.html>

Si tuviéramos la dirección de una página terminada en html y no apareciera podríamos ir cortando partes de la dirección, de barra

---

<sup>10</sup> Un dominio es la identidad en la Internet. Los visitantes recordaran ese nombre y lo usaran para encontrar las páginas. Esta identidad es única. El dominio permite identificar y localizar computadoras en la red. Las computadoras utilizan números de Protocolo de Internet IP para localizarse unas a otras pero las personas difícilmente recuerdan estos números, por eso las direcciones de Web fueron desarrolladas mediante el uso de palabras, fáciles de recordar y que posteriormente el Sistema de Nombre de Dominio (Domain Name System), DNS, traduce automáticamente a los números IP usados por la Internet.



en barra, hasta averiguar, por ejemplo, si la *home* del documento que buscamos sigue en la red, si el servidor existe todavía, etc.

Por lo que se refiere a las terminaciones del dominio o de la dirección del servidor existe un listado limitado. Entre las más importantes y frecuentes están:

▶ **org** - son las terminaciones de las web referidas a organizaciones no comerciales.

▶ **edu** - terminación que corresponde a universidades y centros de investigación en EE.UU.

▶ **int** - pueden acceder a esta terminación las organizaciones de carácter internacional

▶ **com y net** - terminaciones generales utilizadas para fines comerciales.

▶ Es posible por otro lado que los sitios web tengan la terminación del país en el que se ubican: **es** serían las terminaciones de web españolas, **it** para Italia, **fr** para Francia, **il** para Israel, **cl** para Chile, **ar** para Argentina etc.

Tener un *dominio propio* permite que la web se localice con mayor facilidad con una dirección menos complicada, es la opción que usan muchas de las empresas comerciales, instituciones, etc. Los dominios se contratan pagando un alquiler y suelen renovarse cada año. La gestión de ese contrato suele hacerse a través del servidor en el que se albergará la página. No pueden existir dos web con la misma dirección.



*Para empezar a navegar bastará con escribir en el cuadro de texto de la barra de nuestro navegador la dirección que queremos visitar y darle a la tecla intro... después podremos continuar la navegación simplemente moviendo el ratón sobre la página y haciendo un clic sobre los enlaces que ésta contiene.*



## **Desplazarse en la red – Hipervínculos o enlaces**

Si desplazamos el **ratón** sobre el texto y las imágenes de una **página web** veremos que en algunas zonas el puntero se transforma en una mano. Cuando aparece la mano significa que allí existe un **enlace** también llamado **hipervínculo, hiperenlace, -link** en inglés-. Un clic del ratón sobre él nos permitirá ser transportadas a otra página con información relacionada con la web del punto de partida. Pasaremos así de unas páginas a otras... estamos ya navegando.

*Los enlaces se suelen diferenciar con palabras o frases resaltadas de distinto color del texto o subrayadas para facilitar su identificación. También es posible que el punto de partida para la navegación esté en un botón, un logo, una foto o un dibujo.*

Vas saltando así de un documento a otro, de una página a otra, cambias de sitio web y seguramente la dirección será lo menos importante... salvo, cuando quieras localizarla en posteriores ocasiones.





## Almacenar en un listado las direcciones de web

Los navegadores dan la posibilidad de listar y guardar las direcciones de páginas y sitios web que nos interesen. Se logra a partir de la función: *marcadores /añadir marcador* en Netscape o *favoritos* en Explorer. Localizaremos esta opción en la parte superior de la barra del navegador debajo de las flechas que nos ayudan a retroceder o avanzar en las páginas visitadas.

Por otro lado, como ocurre con un texto normal, existe la posibilidad de guardar el material que te resulte de interés en el disco duro del ordenador (unidad C), en un disquete (unidad A) o en un CD si tienes una grabadora de CDs habitualmente ubicada en la unidad a partir de la opción *archivo/guardar como*, con esta operación sólo se guardarán los textos. Si quieres también guardar las imágenes, tablas, fondo de la web y otros recursos de la página debes colocar el puntero del ratón sobre cada uno de los elementos, desplegar el menú del botón derecho del ratón con un *clic*, elegir la opción *Guardar imagen como* proceder.

Por cierto, volviendo al lenguaje del hipertexto y como curiosidad, algunas investigaciones sobre el cerebro y la estructura de pensamiento de hombres y mujeres apuntan que el lenguaje de hipertexto en forma de árbol –estructura ramificada- tiene que ver con la forma de pensamiento de las mujeres más que con el de los hombres que es más lineal.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Ver "Proyecto Iris" de Victoria Sendón en este libro.



En la parte superior del navegador encontraremos los siguientes botones:

- Flechas **anterior** y **siguiente** para avanzar y retroceder sobre las páginas visitadas.
- Opción de **recargar** la página en la que nos encontramos por si hubiera sido renovada desde la última vez que estuvimos en ella. Los ordenadores almacenan durante cierto tiempo en la memoria **-el caché-** gráficos e imágenes de las páginas que hemos visto anteriormente lo que permite que en posteriores visitas la web se cargue con mayor rapidez. Con la opción *recargar* nos aseguramos que estamos viendo la última versión de la web *subida* a la red.
- Botón de **Inicio** que permite regresar a la primera página que vemos cuando abrimos nuestro navegador. Habitualmente los navegadores están configurados para que visites su web corporativa pero puedes cambiarla fácilmente para iniciar tu navegación a partir de tus preferencias personales. El cambio de la página de *Inicio* se realiza a partir de *Edición*, elige *Preferencias* y escribe la dirección de la página que tu decidas.
- **Imprimir**
- **Parar**, para detener en un momento determinado el proceso de búsqueda que hayamos iniciado con el navegador.

## Buscadores en la Internet

En la red existen millones web en numerosos idiomas y sobre todos los temas que podamos imaginar. Localizar la información no



siempre resultará tarea fácil y para ello contaremos con la ayuda de los **buscadores**.

Se impone aquí un alto en la reflexión sobre los contenidos de la red. La Internet nos ofrece una oportunidad inmensa de conseguir información pero es importante saberla discriminar. Hay que aprender a identificar lo esencial de lo superfluo, lo fiable y lo no fiable, aprender a localizar los espacios que nos interesan y dejar de perder tiempo en aquello que no nos interesa. En realidad estamos hablando de mantenernos activos ante la información, un activismo necesario no sólo para navegar sino para enfrentarnos a los diferentes medios de comunicación que cotidianamente manejamos.

Pero volvamos a los **buscadores**... Un buscador es una herramienta que localiza **páginas web** y las selecciona en función de los parámetros que hemos establecido previamente. Hay muchos buscadores y de diferentes idiomas. Su aspecto es el de una página web en la que se incluye un espacio en blanco donde poder escribir las palabras clave de búsqueda. En pocos segundos tendremos seleccionadas las respuestas.

En la actualidad, el buscador más prestigioso y útil es **Google**. Se localiza en la dirección:

<http://www.google.com>

Las versiones en diferentes idiomas se encuentran en:

<http://www.google.com/language.html>

También recomendamos el **Buscopio**

<http://www.buscopio.com>

Es un "buscador de buscadores" y nos permitirá localizar **buscadores temáticos** y buscadores en las diferentes lenguas del Estado Español.



Uno de los primeros buscadores que se construyeron en la red y que tienen una gran base de datos es el **Yahoo**. Su versión española está en la dirección:

<http://es.yahoo.com/>

A medida que vayas utilizándolos comprobarás con cuales te sientes más cómoda por el tipo de búsquedas que realizas. Todo es cuestión de practicar. Recuerda por otro lado que los buscadores no localizan todo lo que existe en la red, sólo una parte importante de los recursos en el tema solicitado.

## ► **Algunas indicaciones para buscar en la red**

- **Utiliza las comillas para afinar la búsqueda con exactitud.** Si pones una frase entre comillas el buscador te seleccionará solo las páginas en las que conste la frase textual solicitada por lo que se reducirán considerablemente las opciones. Ejemplo: "historia linux"
- Procura **no usar plurales, ni mayúsculas.**
- Puede utilizarse en la búsqueda sólo parte de la palabra clave... la raíz. Abriremos con ello el abanico de posibilidades en las respuestas localizadas.
- Si proponemos la búsqueda de varias palabras, el *buscador* nos localizará primero las web en las que estén incluidas todas las palabras señaladas en un mismo texto para después añadir las web en las que haya textos que incluyan una u otra de las palabras elegidas.
- Es posible incluir o excluir palabras utilizando un signo + o un signo - delante de las palabras clave.



► También podemos utilizar los operadores booleanos AND, OR, AND NOT que deben introducirse en letras mayúsculas. La mayoría de motores de búsqueda las soportan.

- AND - Estamos indicando que los documentos buscados deben contener todas las palabras unidas por AND. Esto evita el problema de buscar palabras múltiples.
- OR - Los documentos deben contener todas las palabras unidas por "o".
- AND NOT (Y NO) - Los documentos no pueden tener las palabras siguientes.

La mayoría de motores de búsqueda también dejan agrupar los operadores booleanos usando paréntesis.

## ► **Buscar archivos multimedia**

Una fórmula útil para buscar archivos de música (MP3, Wav, video, etc.) es utilizar el buscador **Altavista** que tiene un apartado específico para localizar este tipo de archivos. La dirección es:  
<http://es-es.altavista.com/>

## ► **Localizar una palabra en una página web**

Para buscar una palabra en una página web utiliza las facilidades que te ofrecen los navegadores. Selecciona en la barra de herramientas del navegador la opción *Edición/Buscar en página*. Introduce la palabra que intentas localizar y te conducirá de inmediato al párrafo donde se produce la referencia.



## ► Traducir automáticamente páginas web y textos del inglés a español

Si encontramos una web en inglés y tenemos dificultades con el idioma, existen herramientas para facilitarnos la traducción de la misma. Una de las más populares es la ofrecida por el buscador **Altavista**.

Ir a la dirección <http://es-es.altavista.com/> localizar un enlace marcado con un pequeño pez titulado *Traducir...* os llevará a una página con diferentes posibilidades:

- Podemos colocar un texto en inglés y **Altavista** lo traducirá al español. Previamente se habrá seleccionado el idioma correspondiente en uno de los apartados de página. También es posible utilizar la opción viceversa del español al inglés, además de similares posibilidades en otros idiomas. Se selecciona el idioma de origen y el idioma al que quieres traducir el texto, se activa el proceso con un clic en la tecla *intro*
- En otro de los espacios del traductor existe la posibilidad de escribir la dirección completa de la página que queremos ver en español... en poco tiempo podremos visualizar la web elegida con las mismas imágenes y gráficos que la versión original pero con el texto en español... eso sí, OJO CON LAS TRADUCCIONES, son eficaces para una aproximación general sobre el contenido de los textos pero todavía tienen poca calidad y son muy inexactas.



## 5. El correo electrónico

### Las ventajas del correo electrónico

Es quizás el servicio más utilizado de la Internet.

Una dirección de correo se identifica porque siempre debe tener la @ -la arroba- que separa el nombre del usuario de la dirección del servidor o la empresa que te facilita el servicio de correo. Ejemplo: ameco@nodo50.org



*Una dirección de correo electrónico tendrá siempre @*

*Una dirección de web nunca tendrá la arroba y comenzará a escribirse con **http://www**.*

*La dirección a la que enviamos el mensaje debe ser exacta. La modificación de un punto, una coma, cualquier símbolo, una letra, hace que se pierda el envío del correo o bien que no se pueda acceder a la web deseada.*

El **correo electrónico -email** en inglés- es similar al correo ordinario pero con muchas más ventajas:

- **Rapidez** - La velocidad a la que viaja la información es muy alta. La recepción del mensaje es prácticamente instantánea. Pocos minutos después del envío de la carta llega ya a la destinataria. Para recibirla bastará que esté conectada también a la red.



- **Bajo coste** - No importa la distancia. En pocos segundos se envía el mensaje a la compañera de una misma ciudad, pueblo o cualquier punto del planeta a través de la conexión a la red que estaremos pagando, incluso en el caso de no tener tarifa plana, bonos, etc. a precio de llamada local.
- **Multidifusión con recursos mínimos**. Un solo mensaje enviado puede ser recibido por centenares e incluso miles de personas en pocos minutos sin importar el punto del planeta donde estén. Imaginaros si tuviéramos que mandar un número similar de faxes... además del tiempo que invertiríamos en el envío del texto uno a uno, deberíamos sumar los costes de conexión traducido en llamadas interprovinciales o internacionales. ¡Ni punto de comparación... es uno de los aspectos más revolucionarios del email!
- **Posibilidad del envío de archivos adjuntos** a los mensajes que pueden agilizarnos en muchas ocasiones el trabajo.

Existen dos fórmulas para acceder al correo electrónico: a través de la web y recibiendo directamente los mensajes en el PC. Optar por una u otra fórmula dependerá de nuestras posibilidades en función del uso del ordenador y las necesidades de cada momento.

## Correo por web

Los mensajes de correo se leen a través de una página web. Es el caso de las direcciones de correo ofrecidos por yahoo, hotmail, etc.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup>Algunos servidores como el **Nodo 50** ofrecen la posibilidad de leer el correo por web o bajartelo al PC según te interese indistintamente.

### ► **Ventajas:**

Facilidad de acceso. Podemos acceder a nuestro correo desde cualquier ordenador conectado a la Internet solamente visitando la web de quien facilita la cuenta de correo electrónico. Nos pedirán exclusivamente nuestro nombre de usuario y contraseña y evitaremos tener que configurar un programa de correo electrónico específico. Basta con saber navegar.

- Es una muy buena solución para:
- Quienes no tengan ordenador en casa y utilicen recursos públicos... (bibliotecas, cibercafés, etc.)
- Quienes viajan frecuentemente y utilizan distintos ordenadores en el punto donde se encuentran.
- Quienes dependan de una línea telefónica deficiente que dificulta el proceso de *bajarte los mensajes* a tu ordenador.
- Darte de alta en una dirección de correo y usarla de inmediato.

### ► **Desventajas:**

- Para leer y contestar los mensajes necesitas estar conectada a la Internet.
- Tienes un espacio bastante limitado en capacidad de almacenamiento. Si recibes muchos mensajes debes leerlos y borrarlos, algo que no sucede al optar por *bajarte los mensajes* a tu ordenador.

Numerosas empresas facilitan este tipo de correo electrónico que es siempre gratuito. Entre las más conocidas están:

<http://www.hotmail.es> y <http://www.yahoo.es>

Si eres una nueva usuaria tendrás que rellenar un formulario para crearte la dirección de correo. Sigue las indicaciones, no es nada complicado.



Para saber más sobre este tema o ver más posibilidades de empresas que ofertan esta opción visita la web de nuestras amigas ciberfeministas "Yo pienso". Su dirección:

[http://www.silicon01.net/la\\_nena/yo\\_p/correo.htm](http://www.silicon01.net/la_nena/yo_p/correo.htm)

## **Bajarte el correo al ordenador**

Esta opción permite manejar el correo electrónico sin necesidad de estar conectada a la Internet salvo en el momento concreto de envío y recepción.

Trabajaremos con la opción en el navegador "off line" – fuera de línea- escribiremos los mensajes, los colocaremos en una bandeja de salida y cuando nos conectemos a la red los enviaremos todos juntos en pocos segundos.

Se produce el mismo proceso para recibir los mensajes: nos conectamos a la red, accedemos a nuestro servidor y *bajamos* al ordenador los mensajes recibidos. Nos desconectamos de la red y los leemos tranquilamente. Los mensajes leídos se van almacenando en nuestro ordenador sin problemas por la ocupación de espacio.

Hay muchos programas específicos para poder recibir y mandar el correo electrónico con esta fórmula pero lo más frecuente y fácil es usar los programas ya incorporados a los navegadores: el **Microsoft**

 **Outlook** que se instala junto al Internet Explorer y el **Netscape Messenger** que se instala con el Netscape. Al igual que en los navegadores, las opciones de trabajo de uno y otro programa de mensajes es similar.





## Crear un perfil de usuaria de correo electrónico.

Es el primer paso para recibir y mandar mensajes. Cada perfil tiene su propia configuración. Eso permitirá, por ejemplo, que un ordenador pueda ser utilizado por varias personas.

Vamos a crear un perfil en Netscape pero antes recordaros que para ello necesitaremos algunos de los datos que debe aportarnos nuestro servidor<sup>13</sup>.

Los pasos de la creación de perfil son:

▶ Accedemos al asistente de creación de perfiles. Lo encontramos en: *Inicio/Programas/Netscape Communicator/Utilidades/administrador de perfiles de usuario*

▶ Pulsamos "Nuevo" y "Siguiete".

▶ Introduciremos los datos a medida que los solicite:

- Nombre completo
- Dirección de correo electrónico (tenemos que escribir la dirección en la que vamos a recibir los mensajes y a partir de la que vamos enviar los nuestros)
  - Nombre del perfil. Le damos el nombre deseado para diferenciarlo del resto de perfiles que podamos crear.
  - Lugar en el que se almacenan los mensajes... NO TOCAR... utilizar el predeterminado.
  - Servidor de Correo Saliente. SMTP. – Dato suministrado por el servidor.

---

<sup>13</sup> Ver apartado «servidor». pág. 77



- Nombre de usuario para el servidor de correo. Es el nombre que hemos elegido para nuestro correo electrónico y como hemos comentado antes, se sitúa antes de la @ en nuestra dirección.

- Servidor de correo entrante. De nuevo dato suministrado por el servidor.

- Tipo de servidor de correo: elegir la opción POP3.

- Finalmente nos pedirá información sobre el servidor de noticias, un dato que no es importante salvo que utilicemos este servicio, poco frecuente.

- El perfil se concluye con el botón: FINALIZAR.

La próxima vez que iniciemos el navegador, si tiene varios perfiles creados, deberemos elegir cual es el perfil que deseamos utilizar.

Para acceder al programa de gestión de mensajes en Netscape haremos un clic sobre el símbolo donde vemos el icono de un sobre de correo -inferior derecha de la pantalla- o en el menú del navegador: *Communicator/Messenger*.

Para modificar posteriormente los datos del perfil podremos hacerlo a partir del menú desde el correo electrónico *Edición/Preferencias*.

Escribir un mensaje.

- En el Messenger veremos varias bandejas ya creadas:

**Inbox** – Bandeja de entrada donde se reciben los mensajes entrantes.

**Unsent Messages** – Se almacenan los mensajes que escribimos fuera de conexión y que están en cola para ser enviados cuando nos conectemos a la red.

**Drafts – Bandeja de borradores.** Se guardan los e-mails que no hemos terminado de redactar o que se quieren enviar posteriormente después de volver a trabajar en ellos.

**Templates – Plantillas.** En esta bandeja se guardan correos que nos sirven de plantilla para enviar el mismo texto como mensaje en varias ocasiones.

**Sent – Enviar.** En esta carpeta se guarda automáticamente una copia de los mensajes enviados.

**Trash – Es la papelera del correo.** Una segunda oportunidad para los mensajes que se borran de cualquier carpeta. Periódicamente se hace limpieza de la misma.



## Recibir mensajes

Para recibir los nuevos mensajes tienes varias opciones, la más fácil es hacer un *clic* de ratón sobre el icono *obtener* situado en la barra de componentes de la parte superior de la página.

Recuerda que mientras no nos bajamos al PC los mensajes, éstos se mantienen almacenados en nuestro servidor.

Al reclamar la obtención de mensajes se nos preguntará por la **contraseña**. Se trata de la contraseña que hemos acordado con nuestro servidor para que éste nos creara nuestra dirección de correo electrónico. Si queremos que nadie acceda a nuestro correo nuevo – por aquello de la confidencialidad en una casa donde el ordenador tiene varios usuarios- debe mantenerse activa esta opción.

Los mensajes pueden ser ordenados por asunto, remitente, fecha, prioridad, etc. La opción deseada se activa a partir de *Ver/Ordenar...*



Podremos guardarlos e imprimirlos.

Junto a los mensajes es posible enviar archivos adjuntos... textos, imágenes, etc. o bien una página web. Para leerlos pincharemos sobre ellos y **OJO A LOS VIRUS!!!!**

Es a través de los archivos adjuntos de los mensajes –no confundir con el texto del mensaje- donde suelen viajar los virus que se propagan desenfrenadamente por la red. Para que el ordenador se infecte es necesario abrir el archivo. **Si borramos el mensaje con el archivo sin abrirlo nos hemos salvado por esta vez.**



### **Consejos prácticos para desafiar a los virus.**

*Es importante fijarse en la terminación del nombre del documento:*

- *Eliminar sin abrir los archivos terminados en **.pif** y los archivos que terminen en **.exe** salvo que sea un programa que hayamos pedido que nos envíen de manera específica. Transportan los virus más destructivos.*
- *Tener en cuenta que los archivos **.doc** de textos que recibimos pueden contener virus. Para mayor seguridad, se aconseja enviar siempre los textos en formato **rtf** ya que este formato no permite el transporte de virus. El formato se elige cuando estamos trabajando en el Word al guardar un documento. Archivo/Guardar como... en la opción Tipo de documento elegir rtf. *



- *Desconfiar en general de cualquier archivo adjunto recibido desde una dirección de correo electrónico que no conocemos o de un archivo que llega solo o sin acompañar de ningún texto introductorio coherente.*
- *Borrar inmediatamente el archivo sospechoso sin abrir, incluso si tiene el nombre más atractivo... en este caso, la curiosidad puede perdernos.*

*Debemos asumir que los virus circulan permanentemente en la red, la única manera de prevenir el contagio es utilizar un anti-virus y renovarlo periódicamente. De nada sirve ser especialmente cuidadosas... es fundamental establecer medidas estrictas de prevención.*



## **Tipos de archivos**

Las terminaciones **.htm** y **.html** corresponden a los archivos de una página web.

Las terminaciones **.gif** y **.jpeg** corresponden a los archivos de imagen. El GIF es un formato para gráficos, líneas blanco y negro, etc. solo puede usar 256 colores. El formato JPEG se utiliza especialmente para las fotos y puede visualizar 16.7 millones de colores.

Los archivos de audio terminan con la extensión **.wav**, **.au**, **.aiff** y **.mp3**





## Redactar un mensaje

Para iniciar la redacción de un mensaje existen varias opciones:

- **Abrir** una ventana para la redacción de un mensaje nuevo. A partir del menú *Archivo /Nuevo*, o a partir del icono *nuevo* de la barra superior. También en la ventana del *Libro de Direcciones* -localizarlo en la parte inferior derecha de la pantalla del navegador- puede seleccionarse una dirección (a la que vamos a enviar el mensaje) y hacerse clic en *nuevo mensaje*.

- **Responder** a un mensaje recibido. Seleccionaremos el mensaje y haremos un clic en el icono *responder*. El texto que nos han enviado se adjunta a nuestra respuesta.

- **Reenviar** un mensaje que hemos recibido a otra dirección. Seleccionar el icono *reenviar* y añadir la dirección del envío. Podemos también escribir en el texto del mensaje algún comentario para añadir al reenvío del mensaje.



## Partes esenciales del mensaje:

- **Destinatario/a**. Donde se escribe la dirección electrónica de la persona a la que queremos enviar el mensaje.

- **Asunto**. Título, tema o cabecera. Es una frase corta. No es obligatorio pero se recomienda escribirlo para facilitar el reconocimiento y la gestión de mensajes.

- **Cuerpo del mensaje**: Es el texto completo del mensaje que vamos a enviar.





Opciones para la colocación de la dirección de las/os *Destinatarias/os*.

- **A:** Cuando se envía el mensaje a una sola persona en este espacio se coloca dirección de envío. Cuando realicemos el envío con la opción CCO, en este espacio podemos colocar nuestra dirección.
- **CC:** Significa *copia carbón*. Es la opción tradicional cuando enviamos un mensaje a una persona pero advertimos que hemos enviado una copia del mismo a otras personas cuyo listado aparece visible en el mensaje recibido.
- **CCO:** Con copia oculta. Esta opción resulta fundamental cuando enviamos un mensaje a un largo listado de personas. Al colocar las direcciones de e-mail en CCO sólo se recibirá el mensaje del texto transmitido pero no las largas, incómodas y pesadas listas de direcciones que frecuentemente llegan a nuestros buzones. Esta opción es también importante para salvar la confidencialidad de las direcciones de correo de las y los componentes de la lista.



## **Formatos del texto de un mensaje**

El mensaje puede tener **formato texto** o **formato html**. La opción se selecciona en *Edición/Preferencias/Formato*. Algunas listas de correo electrónico –ahora hablaremos de ellas- solo admiten el formato texto para evitar la propagación de virus, por ello es bueno conocer la diferencia de opciones. Puede configurarse el programa de manera que pregunte la opción de envío en cada mensaje.



El **formato html** te permitirá colocar un fondo al mensaje, colores y jugar un poco más con la estética pero a veces resulta incómodo de leer para quien lo recibe, es más pesado -costará más de bajar al ordenador- y además no todos los programas de correo admiten la posibilidad de leerlos.

## Adjuntar archivos en el mensaje

Junto al mensaje puedes enviar archivos de diferentes tipos, los más frecuentes son de texto e imágenes. Para ello tienes que utilizar la opción: *Adjuntar/archivo*. Se despliega un menú que nos permitirá buscar en las diferentes carpetas de nuestro PC el lugar donde está guardado el archivo que queremos enviar. Se selecciona con un clic y se prepara automáticamente el paquete para el envío.

Si el archivo a enviar es muy grande podemos comprimirlo previamente utilizando el programa Win Zip. Será necesario que la persona que reciba el archivo comprimido tenga también el mismo programa para poderlo descomprimir y leerlo. Más información en el apartado de programas básicos para nuestro PC.

También es posible enviar páginas web. Se hace a través de la opción *Adjuntar/Página web* donde escribimos la dirección de la web desea.

## Enviar mensajes

El mensaje puede:

- **Enviarse al instante** si estamos conectadas a la red telefónica.



- **Enviarse más tarde** si no estamos conectadas. El mensaje pasa a una bandeja especial de mensajes no enviados. Al conectarnos a la red podremos enviar todos los mensajes colocados en la puerta de salida eligiendo la opción *Archivo/Enviar mensajes no enviados*.

- **Guardarse como borrador** para seguir trabajando con él mas tarde.
- **Guardarse como plantilla.**

También es posible enviar mensajes con “*acuse de recibo*”. Para ello debe configurarse la opción previamente. De nuevo *Edición/Preferencias/Acuse de recibo*.

## 6. Libro de direcciones

El ***Libro de Direcciones*** permite almacenar y mantener los datos de las direcciones de correo usadas habitualmente además de listados para crear listas de distribución de mails para pequeños grupos. Si necesitas distribuir información entre mucha gente, lo más práctico es crear una lista de distribución automática. Hablaré de ellas en los próximos capítulos.

Para añadir una dirección de correo a la agenda puedes hacerlo desde el *Libro de Direcciones* al que accedes a partir del icono de la parte inferior derecha de la pantalla o desde el menú *Comunicator/Libro de direcciones*. La entrada de una nueva dirección se añade a partir del icono *Tarjeta nueva*.

Si estas leyendo un mensaje y quieres añadir la dirección del remitente al libro de direcciones hazlo a partir del menú *Mensaje/Agregar remitente al libro de direcciones*.



Cuando estas escribiendo un mensaje nuevo y haces un clic sobre A: accederás al *Libro de Direcciones* que te permitirá añadir automáticamente la dirección del destinatario. También desde el *Libro de Direcciones*, puedes señalar la dirección a la que quieres enviar el mensaje y abrir desde esa opción *crear un mensaje nuevo*. La dirección del destinatario es entonces el primer elemento que se incluye.

## 7. Listas de correo

### Enviar mensajes a un pequeño grupo

A partir de nuestro *Libro de Direcciones* podemos hacer una selección de algunas decenas de personas a las que enviar el mismo mensaje.

- Útil para la difusión de información puntual, convocatorias, etc. a las diferentes direcciones de tu lista personal.
- Es interesante como dinámica de trabajo para puestas en común de pequeños grupos, acciones entre compañeras, etc pero esta opción tiene inconvenientes a medida que el grupo crece. Utilizar esta fórmula requiere, por ejemplo, que todas las personas del grupo tengan los e-mails de las demás. Una nueva incorporación supone que debe ser notificada al resto de componentes que uno a uno deberá añadir en su listado personal la nueva dirección. A medida que el grupo va aumentando la complejidad del proceso es mayor no sólo por la necesidad de ir actualizando constantemente el *Libro de Direcciones* sino también por el aumento del tráfico de mensajes. Se recomienda entonces crear una *lista de correo automática*.



## Crear una lista de correo automática

El objetivo de una lista de distribución de correo electrónico es difundir información masivamente o crear espacios de intercambio de información y reflexión en grupo.

Las listas de correo nos permiten mantenernos informadas y participar en debates sobre temas específicos que puedan interesarnos.

Las listas de correo automáticas han ayudado a dar un salto cuantitativo y cualitativo muy importante en la creación de espacios comunes de información y debate en la Internet. Han reforzando la participación social, la consolidación de redes y la comunicación entre numerosos colectivos que en estos momentos tienen con esta nueva herramienta oportunidad no sólo de intercambiar información sino de elaborar y coordinar estrategias con difusión masiva y repercusión mundial.

Hace un tiempo lo más frecuente para crear una lista de correo era utilizar el **software Majordomo** administrado desde los servidores a los que debías solicitar la creación de una lista y a menudo pagar por ello. En estos momentos diversas empresas suministradoras de servicios en la red ofrecen de manera gratuita la posibilidad de que cualquier persona pueda crear un espacio de debate por e-mail con solo acceder a su página web y rellenar un formulario y a cambio de admitir recibir publicidad junto a los mensajes.

Al crearse una lista se establece una dirección de correos de referencia central. Cuando cualquier persona adscrita a la lista envíe un mensaje a esa dirección, éste será reenviado automáticamente a todas las suscriptoras.



Es posible establecer algunas acotaciones, la decisión depende de la **administradora** de la lista

La persona que ha creado la lista se convierte en **administradora** de la misma con capacidad para autorizar o no la entrada de nuevas suscriptoras y para supervisar, si así le parece oportuno, los e-mails enviados por los participantes dando al programa su autorización para que inmediatamente proceda a la distribución masiva o rechace el mensaje. Ambas posibilidades son optativas. Si se trata de una lista temática, por ejemplo, se evita con esta fórmula el envío de mensajes que nada tiene que ver con el objetivo de la lista y la acumulación de correos sin interés que nos roban un tiempo precioso.

También puede optarse por directamente permitir que todas las personas suscritas a la lista puedan enviar automática y directamente todos los mensajes a todas sin necesidad de que pasen por manos de la moderadora... son diferentes posibilidades depende de las características del grupo de discusión.

## **Otras informaciones en torno a las listas de correo...**

-  El suscribirse o borrarse de una lista es automático.
-  Las direcciones participantes en cada lista quedan almacenadas en el servidor que facilita el servicio.

Cuando se trata de una lista creada a partir de una página web, pueden consultarse los mensajes enviados hasta el momento, pero esta consulta solo puede efectuarse desde una dirección de correo ya suscrita.

## Manejarse en una lista de *Majordomo*.

Para relacionarse con el programa *Majordomo* es necesario indicarle los comandos exactos para que efectúe las operaciones deseadas.

Para ello hay que tener en cuenta que:

- Las instrucciones, los comandos enviados a *majordomo* deben encontrarse en el cuerpo del mensaje y no en el encabezado, en la parte del mensaje reservada para el título o tema.
- No deben incluirse nunca más comandos que los necesarios, si incluimos otra palabra u otro signo el programa no entenderá la orden.
- No deben incluirse signos de puntuación en el mensaje.
- Los principales comandos que *majordomo* reconoce son los siguientes<sup>14</sup>:

### **Subscribe** (para la inscripción)

En el cuerpo del mensaje debe escribirse:

```
subscribe <nombre_lista>
```

### **Unsubscribe** (para la anulación de la suscripción)

En el cuerpo del mensaje se escribe:

```
unsubscribe <nombre_lista>
```

### **which** (cual)

Indica en qué listas está inscrito el usuario.

```
which
```

---

<sup>14</sup> Para mayor información y ejemplos sobre el uso del programa *Majordomo* consultar la información ofrecida por la Universidad de Deusto <http://www.serv-inf.deusto.es/majordomo/majordomo.htm>



**who** (quien)

Este comando nos permite identificar a los usuarios que participan en una lista específica.

who

**help** (ayuda)

Presenta una lista de comandos reconocidos por majordomo.

help

Si los comandos que son enviados en el cuerpo del mensaje ocupan más de una línea, al final de la primera se debe poner el carácter \ para que se pueda interpretar correctamente el comando.

**Crear una lista a partir del servicio gratuito Elistas**

No es el único espacio en la red que ofrece la posibilidad de crear listas gratuitas pero Elistas tiene la ventaja de ser un servicio en español, por ello os lo recomendamos directamente. Otra de las listas más conocidas en el ámbito internacional es Egroups <http://www.egroups.com> que también tiene una versión española.

Para crear una lista sólo tienes que ir hasta la página web <http://www.elistas.net>, rellenas un formulario con tus datos, el nombre y características de la lista y estará operativa ya en pocos minutos.

Después envías una nota por email a tus compañeras informándoles de su creación e invitándoles a que se suscriban a ella.

Las listas tienen una dirección para suscribirse y otra diferente para participar en ella a la que se envían los mensajes. Cuando ya no te interese recibir más mensajes puedes borrararte tam-



bién de manera automática enviando un mensaje a la dirección que suele referenciarse al final de la nota de cada envío.

Existe una opción para poder revisar los mensajes que hasta el momento se han enviado a la lista pero para acceder a la página del listado debes estar suscrita.



## Qué es un *newsgroup* o grupo de noticias

Un *newsgroup* es como un tablón de anuncios en la Internet. Un@s suari@s fijan noticias en temas específicos y otr@s usuari@s que se suscriben pueden ver y contestar.

Las informaciones pueden ser leídas por cualquiera que esté interesada y que acceda al grupo de noticias sin ninguna restricción. A diferencia de las listas, los *newsgroup* no funcionan a través del correo electrónico y se accede a ellos a partir de programas especiales o aplicaciones que los navegadores facilitan de manera específica.

Como ventaja de estos *grupos de noticias* está el que los mensajes no entran en tu buzón de correo electrónico y que tu puedes consultar los mensajes enviados al newsgroup cuando quieres.

En estos momentos hay una red mundial con 36.000 grupos de noticias creados sobre diferentes temas e idiomas. La desventaja es que mayoritariamente son en inglés y que el proceso de creación de newsgroup en castellano está estancado por motivos burocráticos que sería complejo detallar.

Al conjunto de grupos de noticias se denomina **Usenet**. Los protocolos de Usenet son distintos a los de Internet, es decir, un orde-



nador puede conectarse a la Usenet sin necesidad de conectarse a través de la Internet.

Los **newsgroup** se utilizaban más quizás antes del desarrollo de la Internet. Posiblemente no vayas a utilizar de momento este tipo de servicio, pero al menos tendrás una aproximación sobre el tema. Además de las aplicaciones de los navegadores, los programas específicos para acceder a los **newsgroup** son entre otros el **Newsreader** o el **Trumpet News Reader**.

## 8. Organizar una campaña de recogida de firmas

Al igual que ocurre con la creación de listas de correo electrónico existen ya herramientas en la Internet que nos permiten crear sin excesivo esfuerzo campañas de recogidas de firmas. Una web te proporciona el espacio para incluir tu texto reivindicativo y dos apartados, uno para añadir tu firma automáticamente al texto, otro para ver cuales son las firmas ya existentes.

Nos evitamos así el engorroso trabajo de ir añadiendo una a una las firmas de solidaridad que vamos recibiendo... cuando se trata de campaña masiva de recogida de firmas esta posibilidad es de verdadero lujo, os lo aseguro : - )

Hasta el momento la herramienta está en inglés pero supongo que pronto tendremos una versión en español. En todo caso es muy fácil de manejar y siempre podéis usar el traductor automático de web de Altavista antes mencionado para obtener ayuda. La web que suministra la posibilidad de creación de campañas es:

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



Para crear una nueva campaña dirígete al apartado *Create a Petition* y rellena los campos solicitados: primero el texto de la campaña, después elegir si o no para determinar si queremos o no queremos que pueda verse públicamente la lista de las personas que ya han firmado, después te ofrece campos opcionales para añadir en tu página de campaña, por ejemplo, si queremos que además del nombre y apellidos exista un campo para el nombre de la organización a la que pertenecen o un espacio para realizar comentarios, etc. título de la campaña, identificación con iniciales que son las que se incluirán en la dirección de la web que va a crearse para tu campaña, el nombre de la persona o entidad a quien va dirigida la carta-campaña para la que pides el apoyo de firmas, el grupo que hace la petición de campaña, su dirección de web en caso de que la tenga, el nombre de quien asume personalmente la propuesta de campaña -ese nombre quedará inscrito de manera visible en la página que se generará - su correo electrónico, tipo de petición -política y gobierno internacional, religiosa, medioambiente, negocios, etc- país a la que se circunscribe o internacional y finalmente fecha de inicio y final de la campaña.

Con todos estos datos se generará un borrador, podrás corregir lo que consideres pertinente y una vez corregido puedes darle el OK definitivo. Automáticamente se convertirá en una página web. Recibirás en tu correo electrónico la dirección de esta página para que puedas enviarla a todo el mundo diciendo algo así como ... "en tal página podéis leer el texto de la campaña que hemos elaborado para tal cuestión y en la misma página podéis añadir automáticamente vuestra firma si la suscribís" también podéis crear un enlace desde vuestra web a la página donde se centraliza la campaña. ¡De lo más fácil!



## 9. Foros

Un foro es un tablón de información, anuncios, discusión temática, etc. en el que cualquier persona puede participar y cuyos textos en forma de mensajes, son accesibles a través de una página web.

Alguien envía un mensaje a partir de la entrada *añadir nuevo mensaje* que queda insertado en el foro. Otra persona que llega al mismo foro puede responder o abrir un nuevo frente temático. Al final de cada uno de los mensajes existe una entrada con la opción de contestar al mismo. Si respondes, tu nota quedará agregada automáticamente al foro y cualquier persona que llegue al mismo podrá tener posibilidad de leerla y a su vez contestarla.

Al igual que en los mensajes, es útil precisar el tema sobre el que escribimos en el espacio reservado para el título. Facilitará la identificación de contenidos en el foro y las compañeras te lo agradecerán.

Como puedes ver, las utilidades de esta herramienta son múltiples, solo depende de nuestra imaginación y necesidades.

## 10. Chats

Habremos escuchado a menudo esta palabra que entraña solo el misterio de ser una palabra inglesa con el equivalente en español de **charla**.

El intercambio de correos electrónicos fue un avance importante para la comunicación en red, el crear listas de debate para compartir información resultó otro paso fundamental, pero faltaba la posibilidad de intercambiar información a tiempo real entre dos o más personas conectadas. Se creó así el **chat**.



Hay **charlas** de todo tipo aunque no siempre son especialmente interesantes. La verdad es que a veces la inmediatez en la escritura no da tiempo a grandes reflexiones.

Para entrar en un **chat** debes buscar las web que ofrecen este tipo de servicio -en cualquier buscador teclea la palabra "chat" y encontraras miles de espacios-. Hay web específicas solo de chats que te proponen diferentes espacios temáticos según tus preferencias. En otras ocasiones, quizás tu web favorita tenga un espacio para el **chat** con el objetivo de que las personas asiduas puedan contactar entre sí y establecer una comunicación a tiempo real. Es frecuente que antes de entrar en un **chat** te soliciten una identificación.

El **chat** sería quizás un foro llevado al último extremo. Lanzas un mensaje y en ese instante otras personas que están en ese momento en el mismo chat pueden leerlo y contestarte de inmediato. Llega después tu tiempo de réplica, o mientras tanto, quizás, otras personas han decidido también dirigirse a ti y contestarte. Mientras estas en el **chat** alguien puede sugerirte una conversación más privada a dos...

En realidad resulta más fácil hacerlo que contarlo.

De nuevo, como en otros casos, las utilidades son a la carta, desde el puro entretenimiento en momentos de ocio para conversaciones banales hasta la celebración de reuniones de trabajo **on line**. Una cita con una amiga o amigo que está lejos... "a tal hora de tal día en tal chat", un debate temático a tiempo real, una asamblea, un coloquio a partir de un texto propuesto previamente, etc.

Lamentablemente hasta el momento el uso del chat es bastante superficial pero las posibilidades técnicas son inmensas... tendremos que pensar sobre ello.





## Algunas palabras utilizadas en el entorno del chat

**Canales:** También llamadas habitaciones (rooms). Son lugares donde se reúne la gente a charlar. Un chat puede tener varios canales con temáticas diferentes.

**Nick:** También llamado alias, apodo, nickname, chatname... es el nombre con el que te conocerán en el chat. Habitualmente es un seudónimo y generalmente se utiliza siempre el mismo para facilitar tu identificación en la comunidad chatera.

**Mensaje privado:** También llamado tel, query... es un mensaje que se envía a otra persona sin que lo lea el resto de personas conectadas a nuestro canal.

**Smiley:** También llamado emoticón... es una combinación de caracteres que se utiliza para expresar el estado de ánimo de la persona que emite el mensaje.

Representan de alguna manera la cara de la persona. Para interpretarlos basta con mirar los caracteres con un giro de 90 grados. Un smiley muy común es por ejemplo este: :-) si te fijas son los ojos, la nariz y la boca de una cara sonriente. Hay smileys que tienen múltiples interpretaciones, pero existe un código concreto para los más comunes:

- :-) Sonriente, feliz.
- :-( Triste, infeliz.
- :-( Triste (con una lágrima).
- :| Indiferente, serio.
- :-\ Preocupado, escéptico.



**Netiquette o Net-Etiqueta.** Así se denomina una actitud correcta y respetuosa con las otras personas que intervienen en el chat. Son ciertas normas que facilitan la comunicación.

Recuerda finalmente que en el **chat** al igual que en los **foros** no puedes saber quien está detrás de un nombre. Es frecuente el "travestismo virtual". Los chicos firman con nombres de chicas, las chicas con nombres de chicos -aunque posiblemente menos - y no tenemos garantías de que las situaciones y las personas sean como parecen.

También comentarte que existen programas que sirven para establecer conversaciones a tiempo real con otras usuarias sin necesidad de pasar por un chat. Uno de los programas más conocidos es el **IRC (Internet Relay Chat)**. En la Internet puedes localizar toda la información para complementar datos si son de tu interés.

## 11. Construir el sitio web

Resulta mucho más fácil de lo que te imaginas, al menos construir una web básica.

Los navegadores incorporan programas editores con herramientas que traducen automáticamente el texto al lenguaje html que se usa en las páginas web -en el Netscape en el menú de *Communicator* busca la entrada del **Composer** y en el Explorer localiza el programa adjunto llamado **FrontPage**- y ya en las últimas versiones de Word (97 y 2000) tienes también la misma opción.

El trabajo en estos programas es como el de edición clásica... incluye textos y les das colores y formatos, imágenes, etc.



Un muy buen manual para crear páginas web ha sido elaborado por las compañeras de Women On Line de la red de mujeres AMARC-Europa que os hemos recomendado en otros puntos de esta instrucción práctica. Su dirección, desde donde os podréis bajar al ordenador los manuales completos en español es<sup>15</sup>:

<http://www.amarc.org/europe/women/wol/Espanol/modules-es.htm>

Solo comentarte que ellas no parecen no ser muy entusiastas de los programas que traducen automáticamente los textos al lenguaje html y recomiendan tener alguna noción sobre él. Mi experiencia es que durante más de tres años he trabajado en la web de Mujeres en Red sin tener idea de html. Quizás el diseño de la página no fuera muy sofisticado pero los contenidos han tenido suficiente consistencia para que la web se haya convertido en una página de referencia internacional para la información sobre la mujer. Quiero decir con esto que es importante la decisión estratégica de querer estar en la Internet con nuestra página web o la de nuestra organización. El primer paso no es difícil de dar y técnicamente menos complejo de lo que parece o que veces quieren hacernos creer. Lo importante es estar en la red, más tarde, con tiempo e interés vendrán las florituras de diseño. Uf... que militante me ha salido la frase, ¿no?

---

<sup>15</sup> Puedes encontrar otros manuales para conocer los entresijos del lenguaje html en: <http://216.167.93.139/webmaestro/>

También en la página "Tejedores del web" <http://www.TejedoresDelWeb.com/>

Para editar los textos en código html puedes usar el Bloc de Notas.



Teneis una explicación fácil y detallada de como usar el Composer, crear enlaces, macros, etc. sin conocer el lenguaje html en la web: <http://www.aulafacil.org/CursoCrearPaginasWebs/introduccioninformatica.htm>

En todo caso, si queremos plantearnos la cuestión estética, las compañeras ciberfeministas de "Yo Pienso" nos dan algunas pistas para ello. [http://www.silicon01.net/la\\_nena/yo\\_p/disenho.htm](http://www.silicon01.net/la_nena/yo_p/disenho.htm)

## **Albergar la web en un servidor**

Si te planteas una presencia en la red con una página web tienes dos opciones: un **servidor comercial** o un **servidor solidario**, con la ventaja de que los precios para albergar la página no son muy altos pero con el condicionante de que los contenidos de información no pueden tener fines lucrativos ni la página puede albergar publicidad.

Numerosas empresas en la Internet ofrecen la posibilidad de albergar gratis páginas no comerciales pero tienen sus inconvenientes, el principal, la lentitud de acceso a la misma. Una de las más conocidas es Geocities: <http://www.geocities.com> pero existen muchas otras posibilidades.

Una vez elaborado el sitio web (tras escribir el texto, crear enlaces, insertar gráficos y ordenar el resto del contenido) hay que colgar toda la información en el servidor. Hasta que todos los archivos de la página web no estén en el servidor no podrán ser consultados a través de Internet. Para publicar tu página web, es decir, trasladar la web elaborada de tu ordenador al ordenador del servidor que la albergará, será necesario un programa especial de transferencia de ficheros FTP además de un nombre y una contraseña que deberá darte el propio servidor.



El programa de transferencia de ficheros FTP más usado es el **Ws\_ftp**. Puedes bajártelo gratuitamente para uso personal desde la dirección del Nodo50 que antes te he mencionado y que repito: <http://www.nodo50.org/ftpsoft.htm>

## 12. Seguridad - preservando la privacidad

### Al navegar

Muchos sitios web, especialmente los comerciales, envían mientras estás navegando por ellos pequeños archivos que se introducen en tu ordenador. Estos archivos se llaman *cookies* y se almacenan sin que te des cuenta en el disco duro de PC proporcionando a quien los ha introducido información sobre tu identidad, preferencias de navegación, rutas elegidas, etc. Algunos sitios utilizan esta información para obtener más datos sobre ti, habitualmente con fines comerciales. Es recomendable impedir que los *cookies* invadan el ordenador pero recuerda que para usar determinados servicios en la red, como por ejemplo los correos de yahoo, hotmail, crear listas, etc. te obligan a aceptarlos.

Para bloquear la entrada de cookies en tu ordenador:

- Si usas el Explorer. Haz clic en *Herramientas/Opciones de Internet/Seguridad/Personalizar nivel/Cookies* - marcar *Desactivar* .
- Si tienes Netscape. Haz clic en *Edición/Preferencias/Avanzada/Desactivar cookies*.



Si quieres comprobar cuantos *cookies* pueden llegar a tu ordenador sin que seas consciente puedes optar por elegir en el menú la opción *advertir antes de aceptar un cookie* y te quedarás realmente sorprendida de la cantidad de información que se está introduciendo en tu PC sin que tu controles.



### **Grupos de noticias, foros, etc.**

Recuerda que cada vez que participas en un grupo de noticias dejas información sobre ti, intereses, curiosidades etc. Si incluyes en estos mensajes tu nombre, dirección, e-mail, teléfono, etc, es decir, las típicas informaciones de contacto que a menudo enviamos al final de las notas, recuerda que esta información quedará ya disponible en la red para cualquiera que sea lo suficiente hábil como para localizarla.

### **Correo electrónico**

La privacidad del correo electrónico no es infalible, los mensajes tienen un largo recorrido antes de llegar a su punto de destino y podría existir la posibilidad de que alguien los leyera. Para impedirlo se usan los programas de encriptación que traducen el mensaje a un código del que solo tu y el receptor conoce la clave de decodificación. Seguramente no los necesitaremos habitualmente pero es bueno conocer su existencia.





*Estos son algunos aspectos a tener en cuenta... Se trata simplemente de ser consciente de esta situación y establecer medidas de control en lo posible. Es la otra cara de la Internet y de las Nuevas Tecnologías.*

Finalmente desearte fructíferos, placenteros e interesantes viajes por la red. Espero encontrarte y compartir experiencias en alguna de las estaciones del recorrido.

Madrid, 24 de junio del 2001

boix@nodo50.org







## *Las webs de las mujeres*



Por Cristina Fraga

Adéntrate en las webs de las mujeres. Aunque tengas poco tiempo, haz un pequeño hueco, seguro que cuando llegues a alguno de esos rincones, el tiempo no contará para ti y te compensará el esfuerzo.

No sólo puedes encontrar aquello que anhelabas, también te puedes dar de bruces con alguna sorpresa que te haga parar el ritmo y que provoque el que las dimensiones tiempo-lugar-espacio se descoloquen.

En las páginas de las mujeres encontrarás, seguro, información de todo lo que acontece en el amplio y ancho mundo a las mujeres.

También encontrarás, formas nuevas de crear el mundo, de reinventar nuestras propias vidas, de desnudar nuestras preocupaciones, de coparticipar en tareas comunes.

Encontraras los rostros de nosotras, las mujeres, distintas, diferentes. Ecofeministas, pacifistas, progresistas, marxistas –todavía–, conservadoras, ecogays, socialistas, sindicalistas autónomas o de partido.



Pobres, ricas, discapacitadas, artistas, escritoras, emigrantes, profesionales y trabajadoras del hogar.

Adolescentes, maduras, ancianas. Negras, blancas, cuarteronas, mestizas... multiétnicas, multicolores, multiculturales. Heterosexuales, lesbianas, bisexuales e incluso abstemias.

Todas persiguiendo utopías. Todas comprobando y confirmando que *la mitad del cielo*, sigue vital, rica, caótica, refrescante.

Y por qué no, encontrarás también, seguro, una nueva estética de la vida, o lo que es lo mismo no quedarnos en las formas sino ir al fondo de la cuestión.



## Redes de información de género

- **ALAI** - Agencia latinoamericana de Información Internacional, con amplio apartado sobre la Mujer. Ecuador.  
**<http://www.alainet.org/mujeres>**
- **AVIVA** – Información internacional sobre los derechos humanos de las Mujeres, desde Londres. **<http://www.aviva.org>**
- **CENDOC** – Centro de Documentación sobre la Mujer. Peru. Información en web sobre campañas, foros, encuentros, conferencias internacionales, publicaciones, noticias.  
**<http://www.ekeko.rcp.net.pe/CENDOC-MUJER>**
- **CIMAC** – Red de Información sobre la Mujer. México. Potente red de mujeres periodistas locales. Además de Información en Red distribuye via e-mail un boletín diario y otro semanal. **<http://www.cimac.org.mx>**
- **DWPRESS** – Agencia de noticias sobre la mujer. Italia. Distribución de información diaria para abonadas/os.  
**<http://www.mclink.it/dwpress>**
- **FEMPRESS** – Red de Comunicación alternativa de la mujer de América Latina. Chile. Servicio de noticias e-mail.  
**<http://www.fempres.cl>**
- **FEMINIST MAJORITY** – EEUU. Noticias sobre activismo en Derechos Humanos de las Mujeres. Distribución de información por e-mail. **<http://www.feministcampus.org>**
- **IPS** – Agencia on line de noticias internacionales en español



e inglés. Mujeres Líderes. Amplia información sobre las mujeres en América latina. <http://www.ips.org>

- **ISIS INTERNACIONAL** – Edita un boletín mensual sobre la mujer. Agencia Internacional de Noticias.

<http://www.isis.cl>

- **LOLA PRESS** – Agencia de Información de la Mujer. Especializada en temas culturales y educativos. Uruguay.

<http://www.charque.apc.org/lola>

- **MODEMMUJER** – Información sobre género en latinoamérica. Red de distribución de noticias a través de e-mail. <http://www.modemmujer.org>

- **MUJERES EN RED** – Información nacional e internacional de mujeres. España. Coordinación de campañas, envío periódico de noticias por e-mail, e información de webs.

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

- **LES PENELOPES** – Ciberfemmes. Francia. Televisión Interactiva sobre temas de género. Emisión semanal en directo y diferido a través de su web. Boletines informativos periódicos por e-mail. <http://www.penelopes.org>

- **PELESTINIAN WOMEN'S NETWORK** – Revista on line sobre las mujeres palestinas, creada por mujeres de seis partidos palestinos. Se edita en inglés.

<http://www.pal.watc.org>

- **PRENSAMUJER.COM** - web sobre política, economía sociedad, Unión Europea, agenda, artículos de opinión sobre la mujer, editada en Pamplona. España.

<http://www.prensamujer.com>



- **PULSAR** – Agencia de noticias de la mujer. Ecuador.  
<http://www.amara.org/pulsar>
- **SEM** – Servicio gratuito de noticias sobre la Mujer. Costa Rica. Envío de boletines periódicos por e-mail.  
<http://www.sem.or.cr>
- **TERTULIA** – Guatemala. Información en web y distribución periódica de noticias por e-mail. Especial atención en SIDA, salud reproductiva, derechos humanos.  
<http://www.geocites.com/guatertulia>

## Información vituales de mujeres – publicaciones y revistas

- **ANDAINA** – Revista editada en Galicia de Pensamiento Feminista. España. <http://www.escriptoras.com/andaina>
- **CHACARERA** – Revista en papel y web. Centro de la Mujer Flora Tristán. Perú. <http://www.ekeko.rpc.net.pe/FLORA/revista>
- **CREATIVIDAD FEMINISTA** – México. Revista interactiva y militante. Noticias, campañas. Cultura, arte.  
<http://www.creatividadfeminista.com>
- **EMPRENDEDORAS** – Comunidad virtual de mujeres emprendedoras de habla hispana. Barcelona. España.  
<http://www.emprendedoras.com>
- **DOL'S** – Multimedia de mujeres a través de Internet. Italia.  
<http://www.dols.net>



- **FIRE** – Radio internacional feminista a través de Internet. Emisiones periódicas. Costa Rica. <http://www.fire.or.cr>
- **HABITACIÓN PROPIA** – Comunidad virtual de mujeres. Costa Rica. Cultura, salud, teoría feminista. <http://www.cosmovisiones.com/habitacionpropia>
- **IL PAESSE DE LE DONNE** – Revista en versión on line y papel. Italia. <http://www.womenews.net>
- **LA BOLETINA** – Revista on line de debate feminista. Nicaragua. Debate feminista. Violencia de género, cultura, mujeres en la historia, actividades. <http://www.puntos.org.ni/boletina>.
- **LA VENTANA** – Revista de Investigación Feminista. México. Centro de Estudios de Género. Universidad de Guadalajara. <http://www.udg.mx/laventana>
- **MALEN** – Suplemento de género del Diario El Cordillerano. Argentina. <http://www.elcordillerano.com.ar>
- **MAREA** – Revista trimestral de actualidad y reflexión sobre el mundo de las mujeres. Italia. <http://www.marea.it>
- **MAZORCA** – Revista del programa Interdisciplinar de estudios de Género. Universidad de Chile. <http://www.rehue.csociales.uchile.cl/genero/mazorca>
- **MUJERES EN POLÍTICA** – Revista semestral. Argentina. Información para desarrollar nuevas formas de hacer política. <http://www.mei.com.ar>
- **MUJERES EN PRIMERA LINEA** – Boletín de mujeres elaborado por Amnistía Internacional. España. <http://www.a.i.es/accion/mujeres>



- **PABELLON DE LAS LOCAS** – Canal de Radio a través de Internet. Participación a través del chat o del teléfono del estudio. <http://www.emisiondigital.com>
- **PALESTINIAN WOMEN'S NETWORK** – Palestina. Revista on line sobre las mujeres palestinas, creada por mujeres de seis partidos políticos. Inglés. <http://www.pal.watc.org>
- **PRENSAMUJER.COM** – Revista editada en Pamplona sobre política, economía, sociedad, Unión Europea, agenda, artículos de opinión sobre la mujer, on line. España. <http://www.prensamujer.com>
- **RADIO INTERNACIONAL FEMINISTA** – Emisiones Semanales de temas de la mujer desde Costa Rica. <http://www.fire.or.cr>
- **REVISTA (LA)** – Editada por el Consejo Nacional de la Mujer. Argentina. <http://www.cnm.gov.ar>
- **RIM** – Red Internacional de Mujeres AMARC. Asociación mundial de radios comunitarias, con temas específicos de mujeres. <http://www.amarc.org>

## Asociaciones de mujeres de la comunicación

- **AMECO** - Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación - Madrid. España. Edita la revista "Género y Comunicación", agencia de noticias de género "Amecoppres". <http://www.nodo50.org/ameco>



- **ADPC** – Associació Dones Periodistes de Catalunya – Barcelona. Posee una secció específica “Donnes periodistes en Internet”. <http://www.adpc.org>.
- **AWJA** – Asociación de Mujeres Periodistas. EEUU.  
<http://www.awjchicago.org>
- **AWMC** – Centro Africano de Mujeres en los Medios de Comunicación. Africa. Edita un Boletín de información sobre mujeres periodistas africanas. <http://www.awmc.com>.
- **IWMF** – International Women’s Media Foundation’s. Washington. EEUU. Boletín Internacional sobre mujeres periodistas. <http://www.iwmf.org>.
- **MEDITERRANEAN MEDIA** – Italia. Asociación de mujeres de la Comunicación <http://www.medmedia.org>
- **MUJERES MAYAS** – Centro de Mujeres Comunicadoras mayas. Información sobre las mujeres de los pueblos indígenas. <http://www.rds.org.gt/cmcm>.
- **NFPW** - National Federation of Press Women. EEUU.  
<http://www.nfpw.org>
- **SCIROCO** – Red de Mujeres Periodistas del Mediterraneo. Italia. <http://www.nti.it/scirocco>
- **WIFP** – Women’s Institute for Freedom of the Press – EEUU.  
<http://www.wifp.org>
- **WOMEN JOURNALIST** – Finlandia.  
<http://www.kaapeli.fi/womenjournalist>





### LA COMUNICACIÓN COMO FUENTE DE PODER PARA LAS MUJERES

Bangkok, febrero 1994

#### **Declaración de la Conferencia de Bangkok**

Más de 400 comunicadoras de medios y redes de comunicación en más de 80 países de todos los continentes del mundo se reunieron en Bangkok, Tailandia (12- 17 de febrero 1994) para discutir asuntos relacionados con el tema de la Comunicación que Empodera a las Mujeres. El encuentro estuvo convocado por la Asociación Mundial de Comunicación Cristiana (WACC/AMCC), de Londres, Isis International de Manila y el International Women's Tribune Centre (IWTC) de Nueva York.

En el documento final, las participantes declararon:

Nuestra meta es una orden mundial más justa, sostenible y centrado en las personas. Nos preocupa las tendencias del desarrollo; la globalización de nuestras economías y de los medios de comunicación. Esto conlleva a una centralización del control tanto sobre los recursos como sobre la toma de decisiones, con el resultado de que una cultura domina y marginaliza a las mujeres, la naturaleza, las minorías y los pueblos indígenas y del Tercer Mundo.

Las mujeres nos preocupamos de las necesidades básicas de nuestras sociedades, de la creación de la vida y la preservación del medio ambiente, sin embargo estamos en el punto más bajo de todas las jerarquías, incluyendo los cuerpos religiosos. Al cumplir con nuestros intereses, también los intereses de toda la humanidad serán satisfechos.

En tanto mujeres que trabajamos en la comunicación, encaramos nuestro rol como el de asegurar que los intereses de las mujeres, sus aspiraciones y visiones sean ubicados centralmente y diseminados.

Los grandes medios son un instrumento dominado por los hombres al servicio de quienes ejercen el poder. A nivel global son controlados por el Norte; nacionalmente están en manos del élite local. Tal como están estructurados actualmente, estos medios de comunicación fomentan estilos de vida no-sustentables, el militarismo, la creciente pauperización y patrones de consumo que convierten a las personas en consumidores, no solo de bienes sino también de ideas e ideologías: las mujeres, los niños y la mayoría de los hombres permanecen invisibles y sus voces no se oyen. Hay una particular falta de respeto por la integridad y dignidad de las mujeres: estereotipadas y deshumanizadas, nos han transformado en objetos. El uso excesivo de la violencia en estos medios destruye las sensibilidades de toda la humanidad.



Por todos estos motivos, es esencial promover formas de comunicación que no solo cuestionen la naturaleza patriarcal de los medios sino que se esfuercen por descentralizarlos y democratizarlos: crear medios de comunicación que alienten el diálogo y el debate; medios que favorezcan a las mujeres y la creatividad popular; medios que reafirmen la sabiduría y los conocimientos de las mujeres, y que hagan de las personas sujetos y no objetos o blancos de los medios de comunicación. Medios que sean sensibles a las necesidades de las personas.

En los años desde la Conferencia Mundial de Mujeres de Nairobi, que en 1985 cerró el Decenio de las Mujeres de la ONU, nuestras redes y niveles de organización han crecido. Hemos realizado muchas intervenciones y tomado muchas acciones en todos los niveles: local, nacional e internacional. Sin embargo, a pesar de nuestros logros, las tendencias globales negativas son cada vez más poderosas.

En este contexto, hemos examinado varias estrategias que apuntan a reforzar y empoderar nuestras comunicaciones. Estas incluyen:

- Fortalecer los medios de comunicación populares y en particular, de las mujeres, incluyendo los cuentos, las artes visuales y teatrales que aporten a la construcción de los conocimientos, la sabiduría y la creatividad de los pueblos.
- La integración de valores humanísticos en nuestras creaciones mediáticas, tales como la armonía con la naturaleza, la cooperación, el cuidado, el amor y la compasión, y nuestras luchas por la libertad, a fin de asegurar que nuestras alternativas no se construyan sobre bases jerárquicas, antidemocráticas y elitistas.
- Metodologías de educación y capacitación para que las organizaciones de mujeres y grupos comunitarios puedan acceder a los medios existentes, a fin de poder comunicar efectivamente sus propios mensajes y preocupaciones
- Mayores oportunidades de capacitación técnica para las mujeres en el área de las comunicaciones.
- La incorporación en la educación y en la capacitación de profesionales de la comunicación, de la perspectiva de género, de la historia local y de la diversidad cultural.
- El desarrollo de pensums nacionales que alienten el pensamiento crítico entre las generaciones futuras mediante la educación formal e informal.
- La ampliación de la investigación y documentación sobre medios de comunicación con enfoque de género, a niveles locales.
- Promover cabildos y campañas dirigidas a los líderes de opinión y consumidores de medios a fin de concienciar al público sobre como las problemáticas del desarrollo afectan a las mujeres.
- Fortalecer redes de monitoreo con apoyo legal, para garantizar el funcionamiento democrático de los medios.

#### **Las redes:**

- Fortalecer nuestros vínculos con aliadas/os potenciales en las jerarquías (gobiernos, políticos, corporaciones, donantes, administradores de medios) para convertir estas estrategias en acciones concretas.



- Forjar vínculos y solidaridad entre las mujeres y los hombres sensibles a las problemáticas de género que trabajan en los medios de comunicación, en todos los niveles y condiciones.
- Seguir construyendo vínculos entre redes de mujeres y forjar vínculos más amplios con otras redes orientadas hacia las personas.
- Identificar las consideraciones particulares de las redes y fortalecer los intercambios de información: entre grupos y organizaciones urbanos y rurales; a través de las barreras de idiomas, a diversos niveles de conciencia y de acceso a la tecnología, en condiciones de opresión.
- Asegurar la diseminación la más amplia y apropiada de información con relación a las reuniones de las Naciones Unidas que conciernen la vida y el futuro de los pueblos, incluyendo la capacitación en metodologías sobre cómo utilizar esa información.
- Asegurar la participación de las mujeres y la inclusión de las perspectivas de las mujeres en todas las fases del proceso preparatorio de estas reuniones.

También llamamos a las organizadoras del Encuentro para que promuevan las siguientes actividades:

- Un esfuerzo mundial para documentar todas las formas de prácticas de comunicación de las mujeres y la organización de talleres sobre como utilizarlas de manera efectiva.
- Explorar posibilidades para establecer una red satelital de mujeres.
- Asegurar una ágil diseminación global de los puntos de vista de las mujeres durante la Conferencia Mundial sobre Mujeres y Foro de ONGs en Beijín, mediante comunicación satelital.
- Organizar una producción en video sobre la vida de mujeres a través del mundo para que sea presentada y difundida en Beijín.
- Construir el apoyo para que, durante la Conferencia de Beijín, los medios de comunicación a nivel mundial consagren un día a promover programas hechos por y sobre las mujeres.
- Organizar un día, a inicios de 1995, para el monitoreo de todos los medios y utilizar los datos como la base para una análisis de dónde están las mujeres.
- Conseguir apoyos para que 1996 sea declarado el Año Internacional de las Mujeres en Comunicación.

Recomendamos además que para lograr nuestra meta de justicia social y democracia participativa, será necesario presionar a quienes detienen actualmente el poder. En consecuencia hemos identificado las siguientes estrategias a fin de focalizar estos esfuerzos:

#### **Gobiernos y Quienes Formulan Políticas:**

Para que implementen las numerosas convenciones internacionales y acuerdos relacionadas con las mujeres, incluyendo las Estrategias orientadas hacia el futuro para el adelanto de la Mujer, de Nairobi, la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra las Mujeres, La Declaración de Derechos Humanos de Viena, la Agenda 21.

#### **Agencias de Ayuda Financiera:**

Para que reexaminen sus políticas de apoyo financiero y den prioridad a fortalecer los medios y redes de comunicación de mujeres, mediante un apoyo relevante, práctico y sustantivo.



**ANEXO:**

Durante la última sesión plenaria del Encuentro, se expresaron también las siguientes preocupaciones y llamados:

- Preocupación por el crecimiento del fundamentalismo religioso acompañado por la violencia y la supresión de las voces de las mujeres.
- El reconocimiento que las mujeres tienen el derecho de controlar su sexualidad y que en nuestro rol de comunicadoras, no perpetuemos la invisibilidad de las lesbianas ni presumimos que todas las personas sean heterosexuales.
- Un llamado a todos los gobiernos para que liberen a los escritores y periodistas que son presos políticos.
- Preocupación por la explotación de niñas y mujeres en la industria del sexo.

Bangkok, 17 de febrero de 1994



## ENCUENTRO REGIONAL DE COMUNICACIÓN DE GÉNERO

Quito, 9-10 de Abril 1994

### Declaración final

Las comunicadoras de América Latina y el Caribe, representantes de redes de comunicación internacionales, regionales y nacionales, reunidas en Quito (Ecuador) el 9 y 10 de abril de 1994, atendiendo a la convocatoria de la Agencia Latinoamericana de Información y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, con el fin de profundizar la reflexión sobre el papel de la comunicación de género en la sociedad y consolidar procesos convergentes para llevar a cabo acciones comunes y elaborar estrategias de participación en la IV Conferencia Mundial de Mujeres (Beijing 95), manifestamos que:

En el mundo actual, la comunicación y la información ejercen una influencia cada vez más decisiva en la orientación social, política y cultural de nuestras sociedades.

La creciente concentración monopólica de los medios de comunicación limita el ejercicio del derecho de la ciudadanía a la libre expresión y el acceso a la información, particularmente de los sectores socialmente marginados. Es más, sin información, no puede haber participación ciudadana en la toma de decisiones de interés común.

En particular hay una sistemática discriminación contra las mujeres, cuyas acciones, intereses y movimientos no son tomados en cuenta.

En este contexto, es esencial propiciar la democratización de las comunicaciones y afirmar el papel de la comunicación de género como un elemento indispensable para consolidar las prácticas democráticas.

Reafirmamos que la comunicación de género, como tema y práctica, es un elemento estratégico para el avance de las mujeres y de su movimiento.

Por lo tanto, planteamos la necesidad de:

Fundamentar prácticas comunicativas basadas en la igualdad social entre los géneros, que aseguren la libertad de información y expresión sobre diversos estilos de vida, orientaciones sexuales, derechos reproductivos.

Reforzar la criticidad sobre los mensajes y las imágenes negativas y estereotipadas que transmiten los medios de comunicación y que alimentan la desigualdad entre los géneros y la violencia. Influir, a través de las comunicadoras de los medios de comunicación, para propiciar el cambio en las imágenes sobre mujeres.

Propiciar, a través de las comunicaciones, el mejoramiento de la situación económica, social, política y cultural de las mujeres afro latinoamericanas y caribeñas y las mujeres indígenas, en reconocimiento a la diversidad étnica y racial de nuestra región.

Maximizar el potencial de las redes de comunicación de género para buscar una mayor trascendencia de las propuestas que emanan de las mujeres y su movimiento.

Reforzar las redes de comunicadoras de Sur y sus vínculos con otros sectores organizados. Propiciar el diálogo Norte/Sur entre comunicadoras para desarrollar una acción conjunta frente a los monopolios de la comunicación.



Reivindicar el derecho de acceder a las nuevas tecnologías de comunicación, como herramientas que favorecen una comunicación mas horizontal y democrática.

Para desarrollar estos planteamientos, llegamos a los siguientes acuerdos de acción y coordinación:

- 1) Crear un FORO PERMANENTE DE COMUNICACIÓN DE GENERO, de carácter abierto y plural, con la finalidad de coordinar actividades, intercambiar información y abrir un espacio de reflexión y debate sobre la comunicación de género.

Esta propuesta parte del respeto a la autonomía de cada instancia participante y de la firme convicción sobre la necesidad de promover acciones complementarias que permitan la visibilidad de la comunicación de genero en todas los ámbitos.

- 2) Frente a la IV Conferencia Mundial de Mujeres acordamos:

Formular propuestas de las comunicadoras de género en las instancias internacionales, particularmente en la Reunión Regional en Argentina y en la Conferencia Mundial de Mujeres, con el fin de priorizar la problemática de la comunicación de género como parte integral de la Agenda de estas reuniones.

Realizar un Foro sobre Comunicación de Género en la Reunión Regional de Argentina y en Beijing para promover las propuestas formuladas por las comunicadoras en diversos espacios previos:

Encuentro Latinoamericano de Medios de Comunicación Alternativa y Popular (Quito 93), La Comunicación como fuente de poder para las Mujeres (Bangkok 94), Encuentro Regional de Comunicación de Género (Quito, 94) y otros.

Visibilizar las reivindicaciones de los movimientos de mujeres del Sur.

Reivindicar el año de la comunicación de género, para multiplicar los espacios comunicacionales para las mujeres.

- 3) Acogiendo la iniciativa de la Red de mujeres Afro latinoamericanas y caribeñas, que ha declarado el 25 de julio de cada año como día internacional de las mujeres Afro latinoamericanas y caribeñas, proponemos el mes de julio como mes de divulgación especializada en los temas étnicos raciales.

Quito, 10 de abril de 1994.

Organismos participantes:

ALAI-Area Mujeres, ALER, AMARC-Red de Mujeres, APC-Programa Mujeres, CDE-Mujer/Paraguay, CEPAM/Ecuador, Conducta Impropia, Enfo Fanm/Haití, FEMPRESS, Flora Tristan/Perú, ISIS, Nodo Nicarao, RAIF/FIRE, Red de Mujeres Afro-latinoamericanas y Afro-caribeñas, Red de Mujeres en Comunicación / Ecuador, Red Juvenil Latinoamericana para el Desarrollo Sustentable, SEM/WFS, WACC/AMCC.



## PLATAFORMA DE ACCIÓN DE TORONTO

Simposio Internacional sobre La Mujer y los Medios de Comunicación  
Toronto, Marzo 1995

### PREÁMBULO

En los últimos veinte años, el mundo ha asistido a una verdadera explosión en el sector de las comunicaciones. Con los adelantos registrados en la tecnología de las computadoras y en la televisión por satélite y por cable, el acceso global a la información, cuando es usado democráticamente sigue aumentando, lo que da lugar a nuevas oportunidades de participación a la mujer en las comunicaciones y en los medios de difusión, así como de difusión de información sobre la mujer. Sin embargo, todos estos adelantos plantean nuevas amenazas. Estos pueden afectar negativamente a las culturas y valores existentes en los países recibidores. Con el resurgimiento de creencias reaccionarias en algunos países, los medios de difusión se vuelven también un arma de dominación y de oscurantismo. Finalmente, la situación global actual en los medios de difusión muestra una perpetuación y un fortalecimiento de imágenes negativas de la mujer que no proporcionan una imagen precisa y realista de los diversos roles y contribuciones de la mujer a un mundo que cambia constantemente. Aún más insidioso es el uso por los medios de difusión del cuerpo de la mujer como objeto sexual y de la violencia contra la mujer como «entretenimiento». Si hubiera una mayor participación de mujeres en las esferas técnicas y políticas de las comunicaciones y los medios de difusión, habría una mayor comprensión de la realidad de la mujer desde su propia perspectiva.

### I. ACCIONES GLOBALES

#### 1.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio Internacional: La Mujer y los Medios de Comunicación, Acceso a la Expresión y a la Adopción de Decisiones, proponemos las siguientes acciones con estos objetivos de largo plazo en mente:

- 1.1 Incrementar el acceso de la mujer a la expresión en, y a través de, los medios de comunicación;
- 1.2 Incrementar el acceso de la mujer y su participación en el proceso de toma de decisiones y en la dirección de los medios de comunicación a fin de alentarlos a fomentar las aportaciones positivas de la mujer a la sociedad;
- 1.3 Utilizar la comunicación como fuerza impulsora en la promoción de la participación activa e igualitaria de la mujer en el desarrollo, dentro de un contexto de paz e igualdad, conservando la libertad de expresión y la libertad de la prensa.
- 1.4 Reconocer la importancia de las redes de medios de comunicación de mujeres a nivel mundial, tanto aquellas que proporcionan noticias sobre las actividades e intereses de las mujeres a los medios masivos de comunicación como aquellas que utilizan medios alternativos para hacer llegar a las mujeres y a los grupos de



mujeres información que las ayude y apoye en sus actividades personales, familiares y de desarrollo comunitario.

- 1.5 Reconocer los derechos de todas las mujeres a tener acceso a la expresión y participación en los medios de comunicación, en especial aquellas que pertenecen a grupos discriminados tales como incapacitados, indígenas y mujeres de distinta orientación sexual.

## 2.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a las empresas de medios de comunicación a llevar a cabo las siguientes acciones, si todavía no se han emprendido:

- 2.1. Adoptar programas de acción positivos, incluyendo igual salario por igual trabajo, igualdad en el acceso a la capacitación, procedimientos de ascenso justos y claros, metas y agendas para lograr una proporción justa de mujeres en puestos de toma de decisión, contra el hostigamiento sexual, a fin de que las mujeres puedan alcanzar su pleno potencial como profesionales de los medios de comunicación.
- 2.2 Adoptar programas de concienciación de género destinados a ambos, mujeres y varones profesionales de los medios de comunicación, para promover una mayor igualdad y diversidad en la representación de mujeres y varones.
- 2.3 Desarrollar políticas editoriales que sean sensibles al género y reflejen la igualdad entre los géneros para que las perspectivas de las mujeres se incluyan en todas las áreas.
- 2.4 Sensibilizar a directivos y profesionales para que aumenten la cobertura de los puntos de vista de la mujer, especialmente en noticias sobre política, economía, negocios y ciencia.
- 2.5 Reconocer a las mujeres como fuentes de información autorizadas, expertas y líderes de opinión, es decir, como fuentes de noticias en todos los temas y no relegarlas al terreno de los «temas de mujer».
- 2.6 Preparar, en cooperación con organizaciones de periodistas, pautas y guías de estereotipos de género para que reporteros y editores las utilicen cuando escriban y revisen sus artículos.
- 2.7 Incluir a mujeres en los comités auto-reguladores de los medios de comunicación y otros comités ejecutivos que propongan guías de orientación de programas, presupuestos, contratos y documentos para el personal.
- 2.8 Alentar a los/las directivos/as de los medios de comunicación para que incluyan en sus anuncios de reclutamiento y materiales para el personal el hecho de que se garantiza la igualdad de oportunidades.
- 2.9 Evitar preguntas sobre el sexo o estado civil en los formularios de solicitud de empleo.
- 2.10 Tomar medidas, en cuanto sea posible, para poder ofrecer servicios de comedor y guardería en los locales de trabajo, dado que los horarios de cobertura de noti-



cias de última hora no pueden ser previstos y dada la doble carga de la mujer para equilibrar necesidades profesionales y familiares.

- 2.11 Impulsar la creación de orientaciones éticas adaptadas a todos los tipos de medios de comunicación, incluyendo las tecnologías «on-line» y de realidad virtual, así como mecanismos de control con respecto a imágenes que son discriminatorias o que violan los derechos de los niños y de las mujeres en informaciones, publicidad, mercadeo y entretenimiento; el objetivo de ello no es limitar la libertad de expresión y de la prensa sino asegurar el respeto a los derechos y la dignidad humanos.
- 2.12 Mantener y fomentar el concepto de los medios como un servicio público. Alentar los programas de información y educación sobre temas que conciernen a la mujer.
- 2.13 Difundir la legislación y convenciones internacionales sobre la mujer en idiomas locales con el fin de educar a la mujer sobre sus derechos.
- 2.14 Educar a mujeres y varones, jóvenes y mayores, sobre todas las formas de violencia contra las mujeres y acentuar las soluciones para eliminar esta violencia.
- 2.15 Diseñar programas de sensibilidad hacia los géneros para ejecutivos de los medios de comunicación y capacitarlos para ser guardianes responsables de que no se presente a la mujer en forma discriminatoria y estereotipada en los medios de comunicación.
- 2.16 Estudiar la manera de tratar los tópicos de violencia contra las mujeres, dentro de un contexto educativo y no explotador.

### 3.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a las asociaciones profesionales de medios de comunicación a que lleven a cabo las siguientes acciones, si todavía no se han emprendido:

- 3.1 Establecer y aumentar la adhesión a redes locales, regionales, nacionales e internacionales de mujeres profesionales de los medios de comunicación con el fin de tratar sus intereses profesionales, crear programas de padrinazgo, facilitar contactos para la capacitación y el desarrollo profesional, y desarrollar el sentido de orgullo y profesionalismo de la mujer.
- 3.2 Promover la cooperación activa Norte/Sur y Sur/Sur entre las asociaciones de periodistas, organizaciones de mujeres profesionales de los medios de comunicación, grupos de derecho de mujeres y asociaciones políticas de mujeres.
- 3.3 Presionar para que se creen consejos de normas de publicidad que desarrollen normativas sobre el uso de lenguaje sexista y de prejuicios de género sobre la mujer en las imágenes publicitarias de la mujer.
- 3.4 Aconsejar a los pequeños medios de comunicación, especialmente aquellos que lleguen a mujeres en las áreas rurales y urbano-marginales, sobre temas profesionales como las tecnologías disponibles óptimas para sus necesidades.
- 3.5 Alentar la adopción de guías de orientación de representación de los géneros en consulta con las mujeres de los medios de comunicación, que apoyen la representación de la mujer en su diversidad y reconozcan sus derechos fundamentales a la igualdad, seguridad y dignidad y para ayudar en implementar estas guías de orientación.



#### 4.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a las instituciones educativas y de capacitación de los medios de comunicación a que lleven a cabo las siguientes acciones, si todavía no se han emprendido:

- 4.1 Alentar el diálogo entre el sector de los medios de comunicación y el campo de la educación en general para aumentar la concienciación pública de la representación de la mujer en los medios de comunicación.
- 4.2 Promover programas de educación sobre los medios de comunicación para el público en general, especialmente los niños, con el fin de desarrollar facultades críticas en la sociedad para la recepción de los mensajes difundidos por los medios, así como concienciar sobre las imágenes discriminatorias y estereotipadas que alimentan las desigualdades entre géneros, y prevenir los prejuicios que puedan ser causados por la representación en la televisión de la violencia contra la mujer.
- 4.3 Adoptar programas de concienciación de género, historia local y diversidad cultural, dirigidos tanto a mujeres como a varones profesionales de los medios de comunicación en todas las instituciones de capacitación en comunicación.
- 4.4 Organizar y estimular la capacitación de la mujer en periodismo, cine, producción de video, habilidades técnicas y mecánicas y en áreas especializadas como la cultura, educación, ciencia, tecnología, medio ambiente, economía, política, negocios y deportes.
- 4.5 Formar a las estudiantes y profesionales de la comunicación en el área de dirección y en temas relacionados con éste, como la comunicación interpersonal y la toma de decisiones, con el fin de fomentar empresas de medios de comunicación de mujeres.
- 4.6 Patrocinar pasantías profesionales a corto o largo plazo o intercambios a fin de mejorar la capacidad profesional de las mujeres de los medios de comunicación.
- 4.7 Alentar el desarrollo de la participación de la mujer en grupos de discusión electrónicos, paneles computarizados, boletines electrónicos, boletines por fax y otros medios alternativos y nuevas tecnologías de información.
- 4.8 Desarrollar y apoyar organismos de control que analicen el contenido de los artículos y de la publicidad en los medios de comunicación con respecto a la representación de los géneros.

#### 5.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a los gobiernos a llevar a cabo las siguientes acciones, si todavía no se han emprendido:

- 5.1 Incluir a las mujeres de manera equitativa en los comités de reforma del gobierno y otros órganos parlamentarios, de consulta, políticos o de regulación que traten la publicidad y las políticas de comunicación.
- 5.2 Asignar presupuestos para programas que permitan un acceso equitativo de la mujer a las telecomunicaciones y a la capacitación en informática, entre otras tecnologías de comunicación.
- 5.3 Revisar e implementar la legislación con respecto a pornografía, en consulta con los ciudadanos interesados.



- 5.4 Abolir todas las leyes que efectivamente limitan la libertad de expresión y la libertad de asociación y aquellas que resultan en la discriminación de las mujeres.
- 5.5 Establecer un marco legal que garantice el derecho a buscar, recibir e impartir información libremente a mujeres y varones y limitarse de definir la ética de los periodistas, lo cual es de la competencia de quienes practican la profesión del periodismo.

## 6.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a las organizaciones internacionales y nacionales, gubernamentales y no gubernamentales, incluyendo instituciones de investigación, a que lleven a cabo las siguientes acciones, si todavía no se han emprendido:

- 6.1 Conectar más eficazmente entre sí a voluntarios locales, investigadores en comunicación, ONGs, grupos de presión, redes alternativas de medios de comunicación y grupos políticos en lo que concierne a la mujer y los medios de comunicación.
- 6.2 Establecer una red internacional en línea para el intercambio de información sobre la representación de las mujeres en los medios de comunicación e información en las empresas de medios de comunicación de mujeres.
- 6.3 Desarrollar y fortalecer formas tradicionales de comunicación tales como cuentos y drama, especialmente para mujeres de áreas rurales.
- 6.4 Introducir o extender estaciones de radio comunitarias como medio para aumentar la participación y contribución de la mujer a los medios de comunicación y al desarrollo económico local, especialmente en las áreas de alto analfabetismo.
- 6.5 Establecer, en cooperación con los ejecutivos de estaciones públicas de radio y televisión, una videoteca internacional sobre la representación de la mujer para usarse en seminarios y talleres orientados a aumentar la concienciación de los profesionales de los medios de comunicación y del público en general.
- 6.6 Asegurar que las organizaciones internacionales gubernamentales e intergubernamentales que tratan temas de comunicación tengan como objetivo la igualdad en la participación de mujeres y varones en programas, salarios y oportunidades de avance profesional.
- 6.7 Estimular los procedimientos para la consideración adecuada de las quejas de consumidores planteadas ante las empresas de medios de comunicación o los anunciantes con respecto al contenido de artículos o avisos que presentan a la mujer en una forma discriminatoria.
- 6.8 Promover la libre circulación de información con respecto a los grupos de apoyo económico interesados en el desarrollo de proyectos de comunicación relativos a la mujer.
- 6.9 Expandir bancos de datos y desarrollar investigación acerca de los géneros y los medios de comunicación, para su amplia distribución.
- 6.10 Desarrollar sistemas de seguimiento y evaluación como parte de la investigación en la programación de comunicación de mujeres para determinar qué es lo que funciona y qué necesita ser mejorado.



- 6.11 Apoyar la publicación de estudios relativos a la imagen de la mujer en los medios de comunicación, estudios de audiencia, hábitos de escuchar, esperar y leer, políticas de medios de comunicación, modalidades de propiedad de los medios de comunicación; todo esto como una inversión para edificar una base para la evaluación y el planeamiento.
- 6.12 Llevar a cabo investigaciones sobre diversas tecnologías alternativas, tradicionales, locales y populares, así como nuevas tecnologías usadas por las mujeres.
- 6.13 Recopilar y distribuir bibliografías anuales sobre las principales actividades y conclusiones de investigación con respecto a la mujer en comunicación y desarrollo.
- 6.14 Asumir estudios de investigación acerca del impacto en los espectadores del contenido de los productos de los medios de comunicación, especialmente de la violencia contra la mujer.
- 6.15 Apoyar los esfuerzos de las ONGs para proporcionar asistencia técnica y capacitación en métodos y tecnologías de comunicaciones a grupos locales y nacionales que están tratando de llegar a comunidades aisladas, usando lenguajes apropiados y canales no disponibles a las redes regionales e internacionales.
- 6.16 Promover el diálogo entre las organizaciones representativas de los periodistas y los ejecutivos de los medios de comunicación para debatir sobre un enfoque conjunto a los problemas éticos de los periodistas con respecto a la representación de los géneros.
- 6.17 Incluir una dimensión de comunicación en los programas de desarrollo, en particular aquellos orientados a las mujeres.
- 6.18 Condenar todos los tipos de extremismo, en especial el extremismo religioso, que pone en riesgo los derechos de la mujer y la democracia.

## 7.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a las empresas de medios de comunicación, asociaciones profesionales de medios, organizaciones internacionales y nacionales, gubernamentales y no gubernamentales, instituciones educativas y de capacitación en comunicación y gobiernos, a llevar a cabo la siguiente acción:

- 7.1 Hacer un llamamiento para que los hombres adopten acciones que conduzcan a lograr la igualdad de la mujer en los medios de comunicación, ya que la igualdad entre hombres y mujeres concierne a todas las personas y afecta el funcionamiento y desarrollo mismo de nuestras sociedades.
- 7.2 Desarrollar metodologías educativas y de capacitación que permitan a las organizaciones de mujeres y grupos comunitarios comunicar de una manera efectiva sus propios mensajes y preocupaciones y acceder a los medios de comunicación existentes.



## II. ACCIONES ESPECIFICAS E INMEDIATAS

### 1.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a la UNESCO a:

- 1.1 Formar una red WOMMED/FEMMED entre observadores, observadoras y participantes del Simposio de Toronto con el fin de trabajar juntos para llevar a cabo las acciones propuestas.
- 1.2 Establecer una videoteca sobre la Mujer y los Medios y una depositaría documental que contenga los cientos de propuestas de la actividad paralela al Simposio de Toronto: «Desmitificando a los Medios de Comunicación para el Progreso Social».
- 1.3 Imprimir la «Plataforma de Toronto» para su aprobación por la Conferencia General de la UNESCO y luego de su aprobación, solicitar que su implementación sea supervisada en forma regular.

### 2.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a los empresas de medios de comunicación a:

- 2.1 Establecer y diversificar productos y servicios de los medios de comunicación que reflejen las culturas e idiomas locales a fin de estimular la participación local de la mujer.
- 2.2 Adoptar programas de igualdad de oportunidades para asegurar que las mujeres tengan igual acceso a posiciones de toma de decisiones en los medios de comunicación.
- 2.3 Desarrollar guías de orientación sobre la representación de los géneros, en cooperación con las organizaciones profesionales de periodistas y de medios de comunicación.

### 3.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a las asociaciones profesionales de medios de comunicación a:

- 3.1 Estimular políticas de reclutamiento y de promociones que ofrezcan igualdad de oportunidades, así como guías de orientación para ofrecer información de una manera no sexista.
- 3.2 Publicar directorios de mujeres profesionales en los medios de comunicación para que sirvan como instrumentos para la cooperación o «networking» y ofrecer talleres de concienciación de género para los profesionales de los medios, así como capacitación práctica en comunicación para grupos de mujeres no expertas.

### 4.

Nosotros, las y los participantes del Simposio de Toronto, alentamos a las organizaciones internacionales y nacionales, gubernamentales y no gubernamentales, incluyendo las instituciones de capacitación en comunicación, a:



- 4.1 Asegurar que se adopten varios temas sobre las aportaciones de la mujer a los medios de comunicación para el Día Mundial de la Libertad de Prensa y otras celebraciones de importancia.
- 4.2 Hacer un llamamiento para que los hombres adopten acciones que conduzcan a lograr la igualdad de la mujer en los medios de comunicación, ya que la igualdad entre hombres y mujeres concierne a todas las personas y afecta el funcionamiento y desarrollo mismo de nuestras sociedades.
- 4.3 Controlar y denunciar ataques contra profesionales de los medios de comunicación que expongan o se manifiesten contra extremistas, ya sean políticos, religiosos, raciales, etc.
- 4.4 Continuar aumentando el número de proyectos de radios comunitarias dado el elevado índice de analfabetismo en las áreas rurales y urbanas.
- 4.5 Patrocinar la capacitación en técnicas de edición por ordenador y mercadeo para los nuevos pequeños medios de comunicación dirigidos por mujeres, especialmente en las áreas rurales.



## PLATAFORMA DE BEIJING

Capítulo: Objetivos estratégicos y medias»

Septiembre 1995

### J. La mujer y los medios de difusión

**234.** En el último decenio, los avances en la tecnología de la información han facilitado el desarrollo de Una red mundial de comunicaciones que trasciende las fronteras nacionales y que influye en las políticas estatales, las actitudes privadas y el comportamiento, en especial de los niños y adultos jóvenes. Existe en todas partes la posibilidad de que los medios de comunicación contribuyan en mucha mayor medida al adelanto de la mujer.

**235.** Aunque ha aumentado el número de mujeres que hacen carrera en el sector de las comunicaciones, pocas son las que han llegado a ocupar puestos directivos o que forman parte de juntas directivas y órganos que influyen en la política de los medios de difusión. Se nota la desatención a la cuestión del género en los medios de información por la persistencia de los estereotipos basados en el género que divulgan las organizaciones de difusión públicas y privadas locales, nacionales e internacionales.

**236.** Hay que suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación, sean electrónicos, impresos, visuales o sonoros. Los medios impresos y electrónicos de la mayoría de los países no ofrecen una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres y de su aportación a la sociedad en un mundo en evolución. Además, los productos violentos y degradantes o pornográficos de los medios de difusión también perjudican a la mujer y su participación en la sociedad. Los programas que insisten en presentar a la mujer en sus papeles tradicionales pueden ser igualmente restrictivos. La tendencia mundial al consumismo ha creado un clima en el que los anuncios y mensajes comerciales a menudo presentan a la mujer como consumidora y se dirigen a las muchachas y a las mujeres de todas las edades en forma inapropiada.

**237.** Debería potenciarse el papel de la mujer mejorando sus conocimientos teóricos y prácticos y su acceso a la tecnología de la información, lo que aumentará su capacidad de luchar contra las imágenes negativas que de ella se ofrecen a escala internacional y de oponerse a los abusos de poder de una industria cada vez más importante. Hay que instaurar mecanismos de autorregulación en los medios de difusión y fortalecerlos, así como idear métodos para erradicar los programas en los que haya sesgo de género. La mayoría de las mujeres, sobre todo en los países en desarrollo, carecen de acceso efectivo a las infopistas electrónicas, que están en vías de expansión y, por lo tanto, no pueden crear redes que les ofrezcan nuevas fuentes de información. Así pues, es necesario que las mujeres intervengan en la adopción de las decisiones que afectan al desarrollo de las nuevas tecnologías, a fin de participar plenamente en su expansión y en el control de su influencia.



**238.** Al abordar el problema de la movilización de los medios de difusión, los gobiernos y otros sectores deberían fomentar una política activa y visible de incorporación de una perspectiva de género en sus políticas y programas.

Objetivo estratégico J.1. Aumentar el acceso de la mujer su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de difusión y por conducto de ellos, así como en las nuevas tecnologías de comunicación.

### **Medidas que han de adoptarse**

**239.** Medidas que han de adoptar los gobiernos:

- a) Fomentar la educación, la capacitación y el empleo de la mujer a fin de promover y asegurar su igual acceso a todas las esferas y niveles de los medios de difusión;
- b) Fomentar la investigación de todos los aspectos de la imagen de la mujer en los medios de difusión para determinar las esferas que requieren atención y acción y examinar las actuales políticas de difusión con miras a integrar una perspectiva de género;
- c) Promover la participación plena y equitativa de la mujer en los medios de difusión, incluida la participación en la gestión, la producción de programas, la educación, la capacitación y la investigación;
- d) Procurar que se distribuyan equitativamente los nombramientos de mujeres y hombres en todos los órganos consultivos, de gestión, de reglamentación o de supervisión, incluidos los relacionados con los medios de difusión privados y estatales o públicos;
- e) Alentar a esos órganos, en la medida en que ello no atente contra la libertad de expresión, a que aumenten el número de programas destinados a la mujer y realizados por mujeres, para velar por que las necesidades y los problemas de la mujer se traten en forma apropiada;
- f) Estimular y reconocer las redes de comunicación de mujeres, entre ellas las redes electrónicas y otras nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación, como medio para la difusión de información y el intercambio de ideas, incluso en el plano internacional, y brindar apoyo a los grupos de mujeres que participan en todos los ámbitos de los medios de difusión y de los sistemas de comunicación a ese efecto;
- g) Alentar la utilización creativa de programas en los medios de difusión nacionales, y proporcionar medios o incentivos a ese efecto, con miras a divulgar información sobre las diversas formas culturales de la población autóctona, y el desarrollo de los aspectos sociales y educacionales conexos en el marco del derecho nacional;
- h) Garantizar la libertad de los medios de difusión y su protección subsiguiente dentro del marco del derecho nacional y alentar, de manera compatible con la libertad de expresión, la participación positiva de los medios de difusión en las cuestiones sociales y de desarrollo.



**240.** Medidas que han de adoptar los sistemas de difusión nacionales e internacionales:

Elaborar, en la medida en que ello no atente contra la libertad de expresión, mecanismos reglamentarios, incluidos los voluntarios, que permitan a los sistemas de comunicaciones internacionales y a los medios de difusión presentar una imagen equilibrada y diferenciada de la mujer y que fomenten una mayor participación de la mujer y el hombre en las esferas de la producción y la adopción de decisiones.

**241.** Medidas que han de adoptar los gobiernos, según proceda, o los mecanismos nacionales para el adelanto de la mujer:

- a) Fomentar la organización de programas de educación y capacitación de la mujer a fin de que se prepare información destinada a los medios de difusión, incluida la financiación de actividades experimentales y la utilización de nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación, a la cibernética y a la comunicación espacial y por satélite, ya sea en la esfera pública o privada;
- b) Alentar la utilización de los sistemas de comunicación, incluidas las nuevas tecnologías, como medio de fortalecer la participación de la mujer en los procesos democráticos;
- c) Facilitar la compilación de una lista de especialistas en los medios de difusión en cuestiones relacionadas con la mujer;
- d) Alentar la participación de la mujer en la elaboración de directrices profesionales y códigos de conducta u otros mecanismos apropiados de autorregulación para fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión.

**242.** Medidas que han de adoptar las organizaciones no gubernamentales y las asociaciones profesionales de difusión:

- a) Estimular la creación de grupos de control que puedan vigilar a los medios de difusión y celebrar consultas con ellos a fin de velar por que las necesidades y los problemas de la mujer se reflejen en forma apropiada;
- b) Capacitar a la mujer para que pueda utilizar mejor la tecnología de la información aplicada a la comunicación y a los medios de difusión, incluso en el plano internacional;
- c) Crear redes entre las organizaciones no gubernamentales, las organizaciones femeninas y las organizaciones de difusión profesionales y elaborar programas de información para esas organizaciones, a fin de que se reconozcan las necesidades concretas de la mujer en los medios de difusión, y facilitar una mayor participación de la mujer en la comunicación, en particular en el plano internacional, en apoyo del diálogo Sur-Sur y Norte-Norte entre esas organizaciones con miras, entre otras cosas, a promover los derechos humanos de la mujer y la igualdad entre la mujer y el hombre;
- d) Alentar al sector de los medios de difusión y a las instituciones de enseñanza y de capacitación en materia de medios de difusión a que elaboren, en los idiomas apropiados, formas de difusión destinadas a los grupos tradicionales autóctonos y a otros



grupos étnicos, tales como la narración, el teatro, la poesía y el canto, que reflejen sus culturas y a que utilicen esas formas de comunicación para difundir información sobre cuestiones sociales y de desarrollo.

### **Objetivo estratégico J.2. Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión**

Medidas que han de adoptarse

**243.** Medidas que han de adoptar los gobiernos y las organizaciones internacionales, en la medida en que no atenten contra la libertad de expresión:

- a) Fomentar la investigación y la aplicación de una estrategia de información, educación y comunicación orientada a estimular la presentación de una imagen equilibrada de las mujeres y las jóvenes y de las múltiples funciones que ellas desempeñan;
- b) Alentar a los medios de difusión y a los organismos de publicidad a que elaboren programas especiales para fomentar el interés en la Plataforma de Acción;
- c) Fomentar una capacitación que tenga en cuenta los aspectos relacionados con el género para los profesionales de los medios de difusión, incluidos los propietarios y los administradores, a fin de alentar la creación y la utilización de imágenes no estereotipadas, equilibradas y diferenciadas de la mujer en los medios de difusión;
- d) Alentar a los medios de difusión a que se abstengan de presentar a la mujer como un ser inferior y de explotarla como objeto sexual y bien de consumo, en lugar de presentarla como un ser humano creativo, agente principal, contribuyente y beneficiaria del proceso de desarrollo;
- e) Fomentar la idea de que los estereotipos sexistas que se presentan en los medios de difusión son discriminatorios para la mujer, degradantes y ofensivos;
- f) Adoptar medidas efectivas, que incluyan normas legislativas pertinentes, contra la pornografía y la proyección de programas en los que se muestren escenas de violencia contra mujeres y niños en los medios de difusión.

**244.** Medidas que han de adoptar los medios de información de masas y las organizaciones de publicidad:

- a) Elaborar, en la medida en que ello no atente contra la libertad de expresión, directrices profesionales y códigos de conducta y otras formas de autorregulación para fomentar la presentación de imágenes no estereotipadas de la mujer;
- b) Establecer, en la medida en que ello no atente contra la libertad de expresión, directrices profesionales y códigos de conducta respecto de los materiales de contenido violento, degradante o pornográfico sobre la mujer en los medios de información, incluso en la publicidad;
- c) Introducir una perspectiva de género en todas las cuestiones de interés para las comunidades, los consumidores y la sociedad civil;
- d) Aumentar la participación de la mujer en la adopción de decisiones en los medios de información en todos los niveles.



**245.** Medidas que han de adoptar los medios de información, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado, en colaboración, cuando corresponda, con los mecanismos nacionales encargados de la promoción de la mujer:

- a) Fomentar la participación en pie de igualdad en las responsabilidades familiares, mediante campañas en los medios de difusión que hagan hincapié en la igualdad de género y en la exclusión de los estereotipos basados en el género de los papeles que desempeñan las mujeres y los hombres dentro de la familia, y que difundan información tendiente a eliminar el abuso doméstico de cónyuges y niños y todas las formas de violencia contra la mujer, incluso la violencia en el hogar;
- b) Producir y/o difundir materiales en los medios de difusión sobre las mujeres dirigentes, entre otras cosas, como líderes que asumen sus posiciones de liderazgo con experiencias muy diversas que incluyen, sin limitarse a ellas, sus experiencias respecto del logro de un equilibrio entre sus Responsabilidades en el trabajo y en la familia, como madres, profesionales, administradoras y empresarias, para servir de modelos, particularmente para las jóvenes;
- c) Fomentar campañas de amplio alcance que utilicen los programas de educación pública y privada para difundir información y fomentar la conciencia acerca de los derechos humanos de la mujer;
- d) Apoyar el desarrollo de nuevos medios optativos y la utilización de todas las formas de comunicación, y proporcionar financiación, según proceda, para difundir la información dirigida a la mujer y sobre la mujer y sus intereses;
- e) Elaborar criterios y capacitar a expertos para que apliquen el análisis de género a los programas de los medios de difusión.



## **NOSOTRAS CUMPLIMOS ¿Y USTEDES?**

Revisión Beijing + 5 del Capítulo J

Nueva York, Junio 2000

### **Mujeres y medios- de la Plataforma de Beijing**

Cinco años después de la Conferencia Mundial de la Mujer: Acciones para la Igualdad, la Paz y el Desarrollo (Beijing 95), la pertinencia y la urgencia de colocar en la agenda de las Naciones Unidas, y del conjunto de la sociedad, la problemática de la comunicación, es más notoria que nunca pues, por un lado, el propio proceso de globalización se hace posible a través del desarrollo de la más monumental infraestructura comunicacional de la historia y, por otro lado, el conjunto de interacciones sociales, culturales, políticas y económicas están definidas a través de la influencia que ejercen los medios de comunicación a escala planetaria.

En ese contexto, la revisión Beijing + 5 del Capítulo J. de la Plataforma de Acción de Beijing implica una reubicación y priorización de la problemática, que permita abarcar el impacto de los actuales procesos comunicacionales hacia el conjunto de mujeres, tanto como sujetos de opinión pública, como productoras de interacciones comunicacionales y como ciudadanas demandantes de una mayor participación en todas las esferas del quehacer humano. Máxime si el acceso a la información y al conocimiento constituye un elemento estratégico definitorio de las interacciones individuales y colectivas en el momento actual.

No obstante, la participación de las mujeres en los procesos comunicacionales está marcada por las diferencias geo-económicas, locales y globales; las brechas estructurales entre los géneros; la discriminación étnica, y los cruces posibles entre estos y otros elementos. Así, a inicios del siglo XXI, una de las expresiones más notorias de esta situación sigue siendo el débil posicionamiento de las mujeres en el ámbito de las tecnologías estratégicas y en las esferas de poder y toma de decisiones.

Aun así, a cinco años de la Conferencia Mundial de Beijing, las mujeres hemos cumplido con todas las exhortaciones de la PAB dirigidas a la sociedad civil: hemos impulsado avances para la igualdad al interior de los medios de comunicación; hemos creado y fortalecido medios y mecanismos de comunicación propios; hemos creado redes que facilitan la interacción ciudadana; hemos impulsado el acceso de nuestros movimientos a las nuevas tecnologías de la comunicación.

Las mujeres, involucradas en el desarrollo de avances civilizatorios, hemos avanzado, además, en el reconocimiento del derecho a la comunicación como un requisito indispensable para la construcción de una nueva ciudadanía global, colectiva e individual, y proponemos la vigencia de este derecho relacionándolo a la posibilidad de construir, en igualdad de condiciones, interacciones ciudadanas a diversos niveles, con la posibilidad de ejercer opciones indivi-



duales y colectivas, con la aspiración de contribuir a la vigencia democrática.

Sin embargo, para que el acceso masivo de las mujeres a los bienes comunicacionales se haga posible, es indispensable un compromiso real de todas las instituciones y componentes de las estructuras comunicacionales: privadas y públicas, transnacionales y locales, masivas y alternativas, entre otras.

Así, reiterando el espíritu de las aspiraciones colectivas que se expresan en el Capítulo J de la Plataforma de Acción de Beijing (ONU/95) y de la Declaración de Toronto (Unesco/95), proponemos que la CEPAL recoja y encamine hacia la instancia mundial los siguientes aspectos prioritarios:

Nuestra aspiración de incluir el derecho de las mujeres a la comunicación como un aspecto prioritario en la Agenda de las Naciones Unidas para el Siglo XXI, como una contribución a la apuesta, presente y futura, de construir democracias basadas en el pluralismo y en culturas de paz

La importancia de comprometerse con el impulso a la democratización de los medios y sistemas de comunicación con enfoque de género, recordando que éstos no son simples recursos técnicos asépticos y comerciales sino que cumplen, o deben cumplir, un rol social encaminado a buscar el beneficio de la humanidad en su conjunto.

La necesidad de profundizar en la formulación de marcos éticos globales, basados en la igualdad entre los géneros, que se expresen en el conjunto de productos comunicacionales, en la programación y en las representaciones mediáticas.

Que la ONU promueva la creación de mecanismos permanentes de vigilancia de las representaciones de las mujeres en los medios y sistemas de comunicación.

La urgencia de comprometer recursos y desplegar programas para incrementar el acceso de las mujeres a los bienes comunicacionales y al conocimiento, especialmente a las nuevas tecnologías de la comunicación.

Incitamos a que la ONU convoque a una Conferencia Mundial sobre Comunicación, en cuyo marco la Comunidad de Naciones, los medios y sistemas de comunicación y la sociedad civil, tengan la oportunidad de afinar el marco ético para su acción global, los enfoques de democracia para las prácticas, y su función social.

**Documento elaborado por Mujeres Acción 2000 - ALC y endosado por las cien organizaciones presentes en el foro de la Articulación Regional de Mujeres «Algo Más que palabras», 7 febrero 2000.**



## INDICE

<b>PRESENTACIÓN</b>	3
<i>Por Cristina Fraga</i>	
<b>PROYECTO IRIS.</b>	7
<i>Por Victoria Sendón de León</i>	
Funciones de las Nuevas Tecnologías de la Información	8
Un mundo globalizado	12
Volver a casa	14
La Osa Mayor y la Cruz del Sur	16
Avisos para navegantes	17
Democracia paritaria participativa	20
Una experiencia	22
<b>LA COMUNICACIÓN COMO ALIADA:</b>	
<b>TEJIENDO REDES DE MUJERES</b>	25
<i>Por Montserrat Boix</i>	
BEIJING, PUNTO DE REFERENCIA HISTÓRICO PARA LAS MUJERES EN LA INTERNET	27
1993 – 1995 Las primeras redes electrónicas de mujeres	29
1996 – 1997 Ocupando la Internet.	32
Revistas feministas: del papel a la red	35
Radio y televisión a través de la Internet	37
MUJERES EN RED, LA APUESTA POR UN ESPACIO COMÚN EN LA INTERNET	39
- Identificar recursos de mujeres y recursos feministas en la Internet.	41
- Seleccionar la información con objetivos estratégicos.	42



- Las Mujeres del Estado Español en Red.	43
- Listas temáticas, foros: diferentes espacios, según los intereses y dinámicas de las mujeres.	44
- Ocupar el ciberespacio con pensamiento y contenidos feministas.	47
- El empoderamiento a través de la red funciona, entre todas lo hacemos posible.	49
LA MARCHA MUNDIAL DE LAS MUJERES 2000	51
<b>MANUAL PRÁCTICO: EL ORDENADOR Y LA INTERNET</b>	55
<i>Por Montserrat Boix</i>	
<b>- 1. La parte física. El Hardware</b>	58
Componentes esenciales de un ordenador	
Lo más importante del PC: el procesador	
Reciclar material informático: una posibilidad práctica y barata	
Añadir memoria RAM a un Pentium para mejorar el rendimiento	
El módem. Su velocidad es importante para las conexiones	
<b>- 2. Los programas. El Software</b>	66
El sistema operativo: Windows versus Linux	
Los programas imprescindibles para nuestro PC	
Programas <i>freeware</i>	
Programas <i>shareware</i>	
<i>Bajarte un programa desde la Internet para instalarlo en tu PC</i>	
<b>- 3. Elegir un servidor</b>	74
¿Qué es un servidor?	
Las tareas más importantes de los servidores	
El coste de Internet	
Configurar la conexión telefónica	



Datos del servidor para configurar nuestra conexión a Internet  
Datos del servidor para configurar nuestro correo electrónico  
Algunas opciones para contratar la conexión a Internet.  
Los servidores alternativos: el uso social y solidario de la Internet.

**- 4. Empezando a navegar** 81

Direcciones de web y dominios  
Desplazarse en la red – Hipervínculos o enlaces  
Almacenar en un listado las direcciones de web  
Buscadores en la Internet  
Algunas indicaciones para buscar en la red  
Buscar archivos multimedia  
Localizar una palabra en una página web  
Traducir automáticamente páginas web y textos del inglés al español

**- 5. El correo electrónico** 92

Las ventajas del correo electrónico  
Correo por web  
Bajarte el correo al ordenador  
Crear un perfil de usuaria de correo electrónico  
Recibir mensajes  
Tipos de archivos  
Redactar un mensaje  
Partes esenciales del mensaje  
Formatos del texto de un mensaje  
Adjuntar archivos en el mensaje  
Enviar mensajes

**-6. Libro de direcciones** 104

**-7. Listas de correo** 105



Enviar mensajes a un pequeño grupo	
Crear una lista de correo automática	
Otras informaciones en torno a las listas de correo	
Manejarse en una lista de Majordomo	
Crear una lista a partir del servicio gratuito e-listas	
Qué es un newsgroup o un grupo de noticias	
<b>- 8. Organizar una campaña de recogida de firmas</b>	111
<b>- 9. Foros</b>	113
<b>- 10. Chats</b>	113
Algunas palabras utilizadas en el entorno del chat	
<b>- 11. Construir el sitio web</b>	116
Albergar la web en un servidor	
<b>- 12. Seguridad - preservando la privacidad</b>	119
Al navegar	
Para bloquear la entrada de cookies en tu ordenador	
Grupos de noticias, foros, etc.	
Correo electrónico	
<b>LAS WEBS DE LAS MUJERES</b>	123
<i>Por Cristina Fraga</i>	
<b>DOCUMENTOS ANEXOS</b>	131
La Comunicación como fuente de poder para las mujeres – Bangkok 1994	
Encuentro regional de comunicación de género – Quito 1994	
Plataforma de acción de Toronto	
Plataforma de Beijing – Objetivos estratégicos y medias	
Nosotras cumplimos ¿y ustedes? Beijing + 5 Nueva York 2000	
30 razones feministas para explorar la Internet	

