

CONTIGO SI

MUJERES RURALES EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN



Aproximación - Diagnóstico

sobre el perfil, acceso, utilización, elementos de motivación y barreras en el uso de las TIC por parte de las mujeres en el medio rural



fundación directa

PLAN
AVANZA»»»



MINISTERIO
DE INDUSTRIA, TURISMO
Y COMERCIO



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO

Elaborado por: Fundación Directa

Año: 2007

www.contigosi.net

ÍNDICE

Presentación	5
La visión cuantitativa: La Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares	8
1.1. Metodología y fuentes empleadas	9
1.2. Datos generales.....	11
1.3. Equipamiento informático y conexión a Internet en las viviendas	13
1.4. Uso de productos TIC	14
1.5. Nivel de conocimientos informáticos	15
1.6. Utilización de servicios de Internet	16
1.7. Personas que les gustaría utilizar más Internet.....	19
1.8. Medidas para fomentar el uso de Internet.....	22
1.9. Uso del comercio electrónico.....	24
1.10. Asistencia a cursos de informática.....	26
1.11. Tareas relacionadas con la informática.....	29
1.12. Formas de adquisición de conocimientos informáticos	33
1.13. En resumen	35
La visión cualitativa: La opinión de los y las dinamizadoras de los Telecentros	37
1.14. Metodología empleada	38
1.15. Grado de acceso y utilización.....	40
1.16. Perfil de las usuarias	43
1.17. Elementos de motivación, desencadenantes del uso.....	45
1.18. Modos de utilización	47
1.19. Áreas temáticas de interés	49
1.20. Barreras de acceso y utilización	50
1.21. Propuestas para aumentar y mejorar el uso de las TIC	53
1.22. En resumen	56
Conclusiones y Recomendaciones.....	58
Anexos	62

Anexo 1: Listado de personas participantes en el grupo de trabajo	63
Anexo 2: Características básicas de los municipios representados en el grupo de trabajo ...	63
Anexo 3: Listado de personas que han respondido el cuestionario	64
Anexo 4: Características básicas de los municipios representados en la encuesta.....	66
Anexo 5: Cuestionario.....	67

PRESENTACIÓN

Las **Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)** son herramientas centrales y soportes fundamentales de la denominada Sociedad de la Información.

En nuestros días, no saber hacer uso ni aprovechar las ventajas de estos instrumentos supone una carencia fundamental tipificada como **analfabetismo digital**. Entre las consecuencias que se derivan de lo anterior se hallan aquéllas que posicionan a este conjunto de personas en una situación de inferioridad respecto a los demás y en un plano de exclusión en ámbitos laborales e incluso sociales. Así, lo que en principio surge como una forma de facilitar los aspectos más cotidianos es, para muchos y muchas, motivo de aislamiento, de diferencia y de exclusión.

En este sentido, los datos y la realidad avalan que **la exclusión digital afecta en mayor medida a las mujeres que a los hombres**: la 'brecha de género' se convierte así en una constante analizando los usos de las TIC. Pero es que, además, a la brecha de género se le unen otras variables como el nivel de formación (bajo o elevado nivel de estudios), la situación laboral (con o sin empleo), la edad (jóvenes o mayores) y, muy especialmente, la ubicación geográfica (zona urbana o zona rural). En este caso, **el género cruzado con la ubicación en zonas rurales, proporciona uno de los perfiles más severos de exclusión digital**.

El proyecto **CONTIGO SI- Mujeres rurales en la Sociedad de la Información** se propone, en este sentido, contribuir a un mayor uso de las TIC por parte de las mujeres de áreas rurales, apoyando para ello la labor de las y los agentes intermediarios en los territorios (dinamizadores de Telecentros y similares) facilitándoles **materiales y recursos** en la materia, pero también **conocimiento** sistematizado en torno a esta temática.

Conocimiento sobre el uso de las TIC por parte de las mujeres rurales que se materializa en el presente documento. Un primer diagnóstico que pretende acercarse a los factores que obstaculizan o propician un menor o mayor aprovechamiento de las oportunidades abiertas en la Sociedad de la Información.

En él examinamos cuestiones como el nivel, el perfil, las barreras, las áreas de interés y los mecanismos de motivación sobre la utilización de las TIC y los servicios de Internet por parte de este sector de la población que, por un lado, constituye el público objetivo de nuestro proyecto y, por otro, se ha identificado como uno de los grupos con menor acceso y utilización de las nuevas tecnologías.

Mediante esta aproximación esperamos dar a conocer a grandes rasgos en qué medida las TIC están integradas en la vida de las mujeres de entornos rurales, **como elemento de orientación para el diseño y elaboración de productos que animen su uso**.

En concreto, desde el proyecto **CONTIGO SI** ofrecemos algunos de ellos:

- **Mapa de e-servicios** de utilidad para las mujeres del entorno rural catalogados por 'áreas de interés' (empleo, formación, emprender, salud, vida cotidiana, conciliación...).

→ **Guías 'Mujer rural, la tecnología es fácil'**. Colección de guías para contribuir a superar la tecnofobia de las mujeres y para aprender los usos de las herramientas tecnológicas básicas. Las guías, disponibles a través del Portal CONTIGO SI, son:

- La tecnología, mi gran aliada.
- Mi PC y sus herramientas: todo ordenado, todo accesible.
- Internet, la mar de cosas por descubrir.
- Un buzón abierto al mundo: el e-mail.
- Otros "Pequeños" aliados: los periféricos.

→ **Guías 'Mujer rural, ¿qué puede Internet hacer por ti?'**. Conjunto de guías, disponibles a partir del 2008, en las que se muestra a las mujeres del medio rural los servicios e información que pueden encontrar en Internet en relación al: Empleo, Emprender, Aprendizaje, Vida cotidiana, Salud, Vida en pareja, Conciliación, Igualdad, Participación, Inmigración.

El proyecto **CONTIGO SI** viene a complementar, a su vez, otras líneas de intervención en materia de género y TIC en las que participa Fundación Directa, cuyo máximo exponente es el proyecto **Centro e-Igualdad** (www.e-igualdad.net), financiado también por el Plan Avanza y ejecutado junto a la **Universidad Complutense de Madrid** y la **Asociación e-Mujeres**. A través de su Observatorio e-Igualdad se ofrece un análisis completo y en profundidad acerca del acceso y uso de las TIC por parte de hombres y mujeres de diferentes ámbitos.

Esperamos con todo ello contribuir a poner un granito de arena en la construcción de una **Sociedad de la Información más inclusiva y plural**, de la cual se beneficien las mujeres de todos los territorios y que, a su vez, se enriquezca con el protagonismo activo de tantas y tantas mujeres que están hoy liderando el cambio en nuestro mundo rural.



M. Ángeles Sallé Alonso

Presidenta de Fundación Directa

LA VISIÓN CUANTITATIVA: LA ENCUESTA SOBRE
EQUIPAMIENTO Y USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LOS HOGARES

1. 1. Metodología y fuentes empleadas

En España la encuesta estadística de referencia para el análisis de los diferentes productos relacionados con las Tecnologías de la Información y la Comunicación y el uso que de ellos hace la población española es la **Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares**.

Se trata de una operación estadística realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) que sigue las recomendaciones metodológicas de la Oficina de Estadística de la Unión Europea (EUROSTAT).

Su objetivo fundamental es **obtener datos del desarrollo de lo que se ha denominado ‘Sociedad de la Información’** cruzando variables sociodemográficas -como el sexo, la edad, el tamaño del hábitat, el nivel formativo o la situación laboral- con variables sobre el equipamiento de las TIC en las viviendas, la disponibilidad de acceso y forma de conexión a Internet, el uso del ordenador, Internet y correo electrónico, el nivel de conocimientos informáticos, las formas de adquisición de conocimientos informáticos, etc.

Este es el motivo por el que, en esta primera parte del diagnóstico, centrada en una aproximación cuantitativa, pasa a analizarse cada una de las variables introducidas en la Encuesta mencionada, si bien se desea aclarar dos cuestiones al respecto:

1 - Tamaño de hábitat. El tamaño más pequeño de hábitat que contempla la Encuesta es el inferior a 10.000 habitantes¹,

2 - Cruce de variables sociodemográficas. Por otro lado, el resumen de datos y tablas ofrecidas en la página web del INE permite realizar un cruce de variables demográficas muy básico. En el caso de la aproximación cuantitativa aquí realizada esto afecta al hecho de que los resultados ofrecidos para cada una de las respuestas de la Encuesta hayan de ser presentados o bien por sexo o bien por tamaño de hábitat, sin que exista la posibilidad, en la mayoría de los casos, de realizar cruces entre ambas variables.

Pese a ello, la información existente aporta claves de interés para contrastar y afinar mejor la orientación de los productos del proyecto, así como para sistematizar el conocimiento cuantitativo disponible y trasladarlo –como elemento de sensibilización- a las y los agentes mediadores que trabajan para impulsar el uso de las TIC en el medio rural.

Partiendo de estas consideraciones, pasan a presentarse los principales resultados de la **Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y**

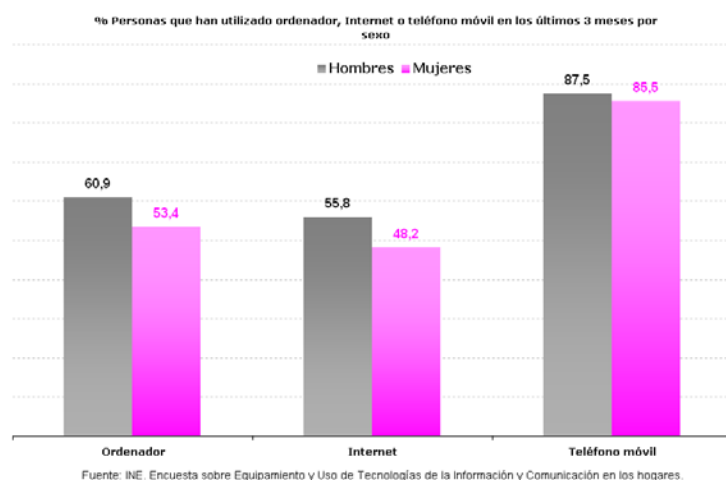
¹ Al respecto precisar que existe diversidad de criterios a la hora de definir el concepto de ruralidad, existiendo desde hace años un debate abierto alrededor de esta cuestión. A pesar del criterio utilizado por el Censo, que define el medio rural como aquél inferior a 2.000 habitantes, son muchos los autores y autoras que, en el ámbito de la ‘Geografía Humana’, sostienen que en España las áreas ‘rurales’ son aquéllas que no sobrepasan los 10.000 habitantes. De hecho, en los informes comparados por países de Desarrollo Humano elaborados por la ONU para España se utiliza este último tamaño.

Comunicación en los hogares tomando como referencia las dos variables esenciales que permiten un acercamiento a la realidad del uso de las TIC por parte de las mujeres en el medio rural: **el sexo y el tamaño del hábitat.**

1. 2. Datos generales

En España los porcentajes de utilización de las TIC por parte de la población con edades comprendidas entre los 16 y los 74 años se sitúan en las siguientes cifras:

- % de personas que han utilizado el **ordenador** en los últimos tres meses: **57%** (61% de los hombres y 53% de las mujeres).
- % de personas que han utilizado **Internet** en los últimos tres meses: **52%** (56% de los hombres y 48% de las mujeres).
- % de personas que usan **teléfono móvil**: **86%** (87% de los hombres y 85% de las mujeres).

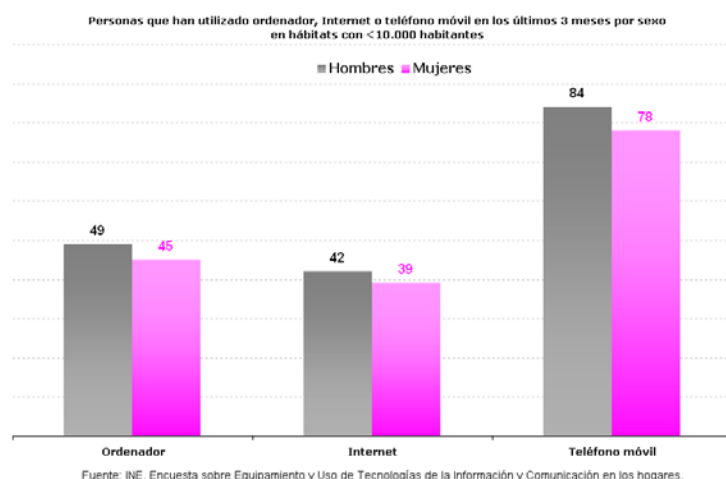


Los hombres utilizan en mayor medida las TIC que las mujeres, existiendo una distancia de 4 puntos en el uso del ordenador, de 8 puntos en el uso de Internet y de 2 puntos en el uso del teléfono móvil.

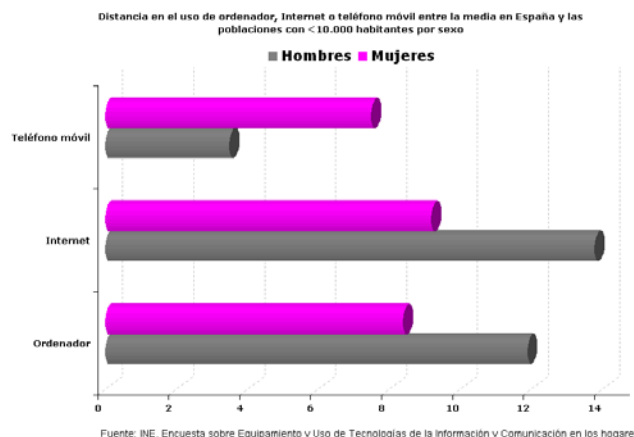
Cruzando los mismos datos según el tamaño del hábitat en el que residen estas personas se observa cómo estos porcentajes de **utilización se reducen conforme disminuye el tamaño del hábitat**.

Así, los porcentajes de utilización de las distintas tecnologías en **poblaciones inferiores a los 10.000 habitantes** son:

- % de personas que han utilizado el **ordenador** en los últimos tres meses: **47%** (49% de los hombres y 45% de las mujeres).
- % de personas que han utilizado **Internet** en los últimos tres meses: **40%** (42% de los hombres y 39% de las mujeres).
- % de personas que usan **teléfono móvil**: **81%** (87% de los hombres y 78% de las mujeres).

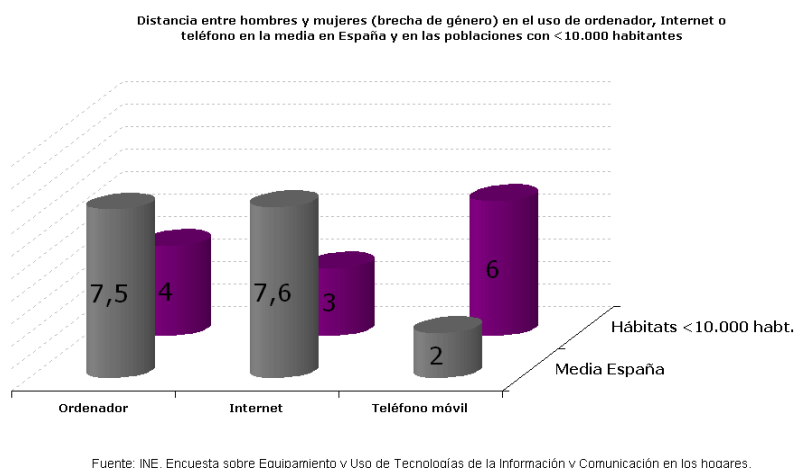


Las mayores **distancias** entre la media de uso en España respecto a los hábitats con poblaciones inferiores a 10.000 habitantes se dan en el **uso de Internet (12 puntos)**, seguida del **ordenador (10 puntos)** y del **teléfono móvil (5 puntos)**.



Ser mujer y residir en un hábitat de este tamaño deriva en una menor utilización de productos TIC.

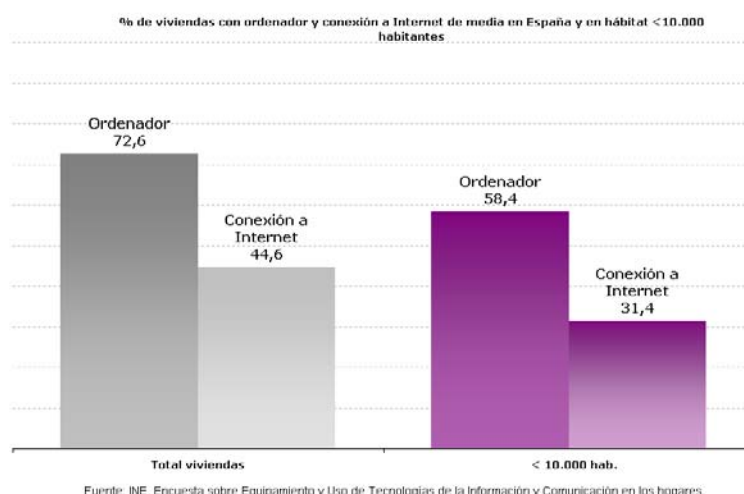
Sin embargo, la **distancia entre mujeres y hombres en el uso de las TIC se ve reducida** en este tipo de poblaciones: mientras que la diferencia entre mujeres y hombres en el uso de ordenador e Internet de media en España supera los 7 puntos, en los hábitats con menos de 10.000 habitantes esa 'brecha' se reduce a 4 puntos en el uso de ordenador y a 3 en el de Internet.



1.3. Equipamiento informático y conexión a Internet en las viviendas

El mayor o menor uso de los productos TIC está estrechamente relacionado con el equipamiento informático en las viviendas y la conexión a Internet. Así, en poblaciones inferiores a 10.000 habitantes:

- El **58%** de las viviendas posee **ordenador**, frente al 73% de la media española.
- El **31%** tiene acceso a **Internet**, mientras que el porcentaje medio en España se sitúa en un 45%.
- De estas últimas, el **78%** tiene acceso mediante **banda ancha**, un 91% en el caso de la media española.



Los **motivos apuntados en la Encuesta de no poseer acceso a Internet de banda ancha** son similares en todos los hábitat (*'no lo necesitan'*) excepto en las poblaciones con menos de 10.000 habitantes, en las que el motivo principal es la falta de disponibilidad de este tipo de conexión en la zona. El segundo motivo más señalado es el precio de la conexión, que resulta demasiado caro según las personas encuestadas.

Motivos por los que las viviendas principales no disponen de acceso a Internet de banda ancha según hábitat y tipo de motivo

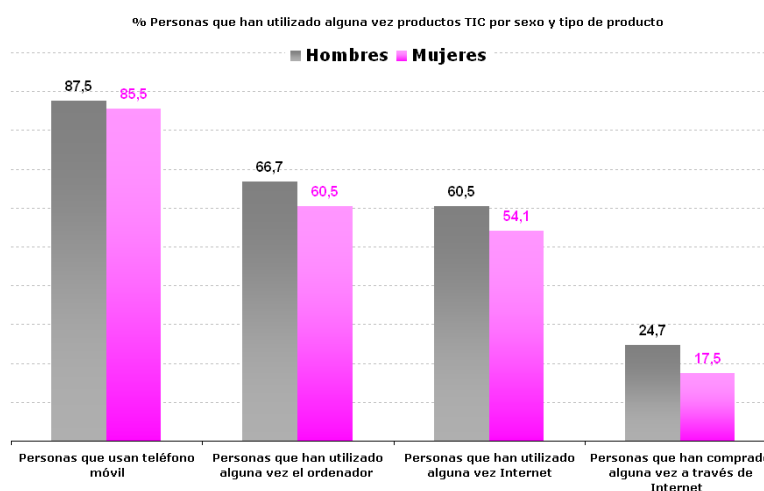
	Total de viviendas que no disponen de acceso a Internet de banda ancha	La conexión resulta demasiado cara	No lo necesitan	No existe disponibilidad de conexión en su zona	Pueden acceder a través de banda ancha desde otro lugar (trabajo, centro de estudios,...)	Por otros motivos
>de 100.000 hab. y capitales	301.602	31,5	51,3	5,1	16,3	16,5
50.000 - 100.000 hab.	65.592	34,6	45,1	13,5	14,5	15,6
20.000 - 50.000 hab.	100.153	25,3	38,9	18,0	15,5	18,3
10.000 - 20.000 hab.	107.195	34,6	38,0	16,3	19,2	22,8
< 10.000 hab.	218.841	22,8	25,9	41,7	9,2	13,4

Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2007

1.4. Uso de productos TIC

En relación al porcentaje de personas que **han utilizado alguna vez** un producto TIC los resultados son:

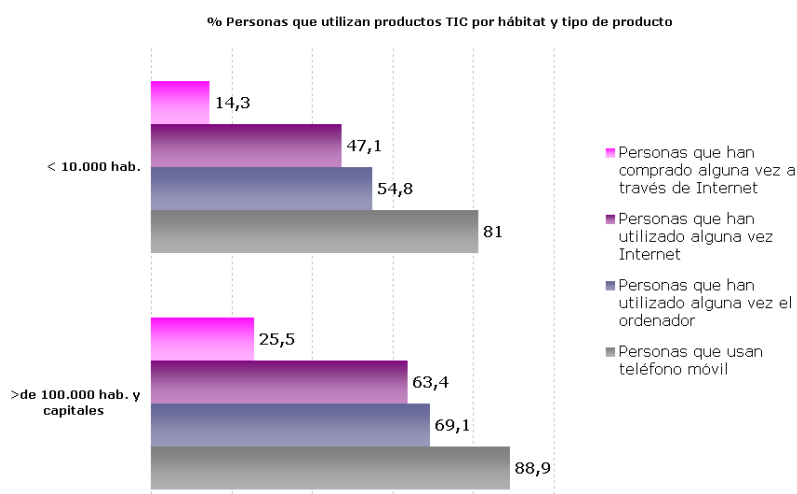
- El **87%** de los hombres y el **85%** de las mujeres han utilizado alguna vez el **teléfono móvil**.
- El **66%** de los hombres y el **60%** de las mujeres han hecho uso en alguna ocasión de un **ordenador**.
- El **61%** de los hombres y el **54%** de las mujeres han utilizado **Internet**.
- El **25%** de los hombres y **18%** de las mujeres han **comprado** alguna vez **por Internet**.



En todos los casos, **las mujeres presentan unos porcentajes de utilización de productos TIC inferiores a los hombres**, siendo la diferencia más llamativa la de la '*compra a través de Internet*', con una distancia de más de 7 puntos. La menor se da en el uso del teléfono móvil, con 2 puntos de diferencia.

Analizando el **tamaño de hábitat**, estos porcentajes de utilización descienden considerablemente a medida que se reduce el número de habitantes.

La distancia más elevada entre poblaciones de más de 100.000 habitantes y de menos de 10.000 se da en el **uso de Internet**, con más de 16 puntos. Las relativas al uso del ordenador (14 puntos), compra a través de Internet (11 puntos) y uso del teléfono móvil (8 puntos) son también acusadas.

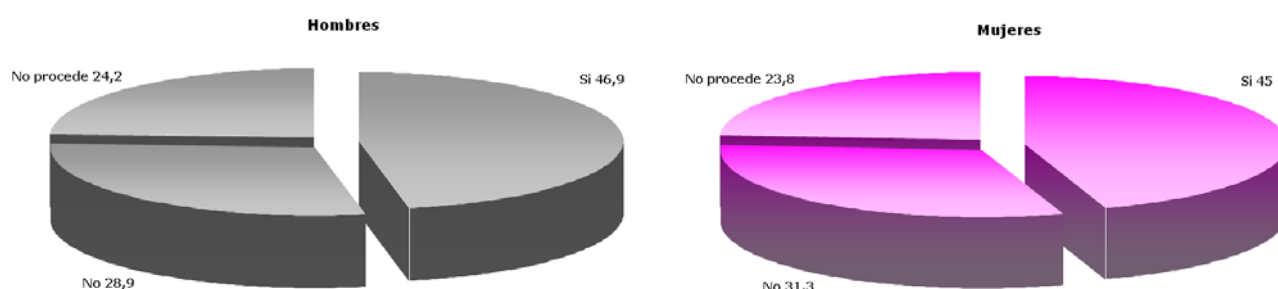


Se confirma, de este modo, la tendencia ya señalada de que **el sexo y el tamaño del hábitat determinan en gran medida la proporción de personas usuarias de las TIC**.

1.5. Nivel de conocimientos informáticos

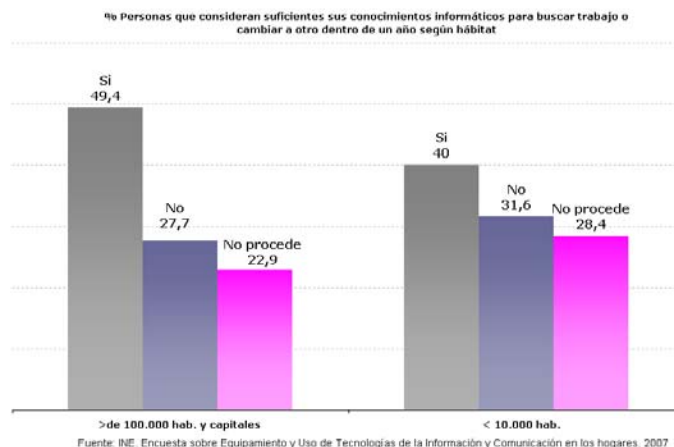
Un **45%** de **mujeres** y un **47%** de **hombres** consideran poseer los **suficientes conocimientos informáticos** para buscar o cambiar de trabajo en un año. El porcentaje que estima no estarlo es del 29% para los hombres y del 31% para las mujeres.

% Personas que consideran suficientes sus conocimientos informáticos para buscar trabajo o cambiar a otro dentro de un año



Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2007

El **grado de percepción de poseer suficientes conocimientos informáticos** **desciende en relación al tamaño del hábitat**. Sólo un 40% de las personas residentes en poblaciones de menos de 10.000 habitantes considera tener los suficientes conocimientos informáticos, frente a un 49% en las poblaciones de más de 100.000 habitantes.



Puede concluirse, por tanto, que **entre las mujeres y las personas residentes en municipios de menor tamaño se posee una más baja percepción del nivel de conocimientos informáticos** que entre los hombres y los municipios de mayor tamaño.

1.6. Utilización de servicios de Internet

Tanto entre los hombres como entre las mujeres que han utilizado Internet en los últimos tres meses los servicios más demandados son:

- **recibir y enviar correos** (81% de hombres y mujeres),
- **realizar búsquedas de información** (82% de los hombres y 77% de las mujeres),
- **servicios relacionados con viajes y alojamientos** (63% de los hombres y 66% de las mujeres).

Más allá de esta tendencia coincidente por sexos, se aprecian importantes diferencias en el uso de determinados servicios. A saber:

- Los **hombres** utilizan en mayor proporción servicios de compra por Internet, descarga de software, de ocio, y de lectura de periódicos y revistas.
- Las **mujeres**, por su parte, hacen un uso más elevado que los hombres de servicios de búsqueda de empleo, de información sobre salud o sobre educación y formación.

Los 10 servicios de Internet más utilizados por sexo

	<i>MUJERES</i>	<i>HOMBRES</i>
1	Recibir/enviar correo electrónico 81%	Búsqueda de información sobre bienes y servicios 82%
2	Búsqueda de información sobre bienes y servicios 78%	Recibir/enviar correo electrónico 81%
3	Servicios relacionados con viajes/alojamientos 66%	Servicios relacionados con viajes/alojamientos 63%
4	Chats/Messenger/Conversaciones 51%	Servicios de ocio 53%
5	Buscar información sobre educación, formación u otro tipo de cursos 48%	Chats/Messenger/Conversaciones 52%
6	Buscar información sobre salud 47%	Leer/descargar periódicos o revistas 52%
7	Buscar información de páginas web de la Administración Pública 47%	Buscar información de páginas web de la Administración Pública 49%
8	Servicios de ocio 42%	Descargar software 47%

MUJERES

9

Leer/descargar periódicos o revistas

39%

10

Consultar Internet para algún tipo de aprendizaje

37%

HOMBRES

Buscar información sobre educación, formación u otro tipo de cursos

39%

Escuchar radio/ver televisión

37%

Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2007

Independientemente del **tamaño de hábitat** los servicios de Internet más utilizados son los señalados anteriormente (enviar/recibir correo, la búsqueda de información y los servicios relacionados con viajes/alojamientos). No obstante, se hace un mayor uso para todos los tipos de servicios en los núcleos de población más grandes respecto a los más pequeños, con las diferencias más elevadas -rondando los 10 puntos- en el envío/recepción de correos, en servicios de banca electrónica o en los de viajes y alojamiento.

% Personas que utilizan servicios de Internet por motivos particulares en los últimos 3 meses según hábitat

	>de 100.000 hab. y capitales	< 10.000 hab.
Comunicaciones: Recibir o enviar correo electrónico	84,7	74,5
Comunicaciones: Telefonar a través de Internet o videoconferencias	17,7	12,0
Comunicaciones: Chats, Messenger, conversaciones	52,7	48,5
Banca y compra-venta: Banca electrónica y actividades financieras	35,1	23,5
Banca y compra-venta: Ventas de bienes y servicios	6,7	5,0
Banca y compra-venta: Compras de bienes y servicios	28,2	20,9
Servicios on-line o de búsqueda de información en Internet: Búsqueda de información sobre bienes y servicios	80,6	76,9
Servicios on-line o de búsqueda de información en Internet: Utilizar servicios relacionados con viajes y alojamiento	66,1	56,9
Servicios on-line o de búsqueda de información en Internet: Escuchar radio o ver televisión vía Internet	33,6	27,9
Servicios on-line o de búsqueda de información en Internet: Descargar software	41,2	33,8
Servicios on-line o de búsqueda de información en Internet: Servicios de ocio, como jugar o descargar juegos, películas, música, imágenes	48,3	45,8
Servicios on-line o de búsqueda de información en Internet: Leer o descargar periódicos o revistas de actualidad on-line	48,4	41,2
Servicios on-line o de búsqueda de información en Internet: Buscar empleo o enviar una solicitud a un puesto de trabajo	21,9	16,2
Servicios on-line o de búsqueda de información en Internet: Buscar información sobre temas de salud	42,5	37,2
Servicios on-line o de búsqueda de información en Internet: Otros servicios vía internet de búsqueda de información distintos a los anteriores	25,9	19,9
Servicios de comunicación con las Administraciones Públicas: Obtener información de páginas web de la Administración	52,3	42,6

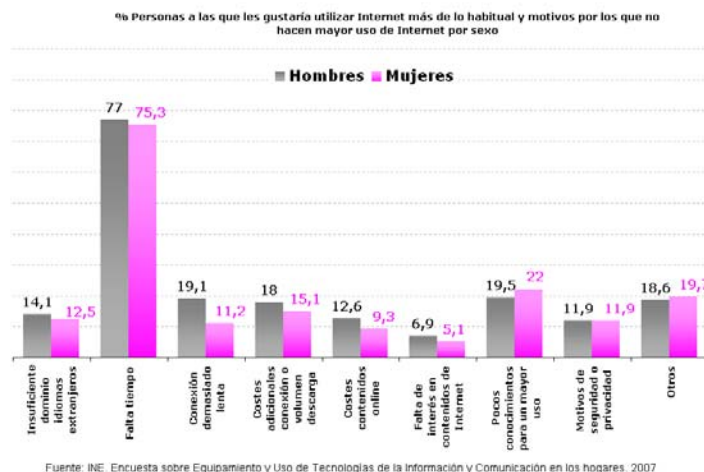
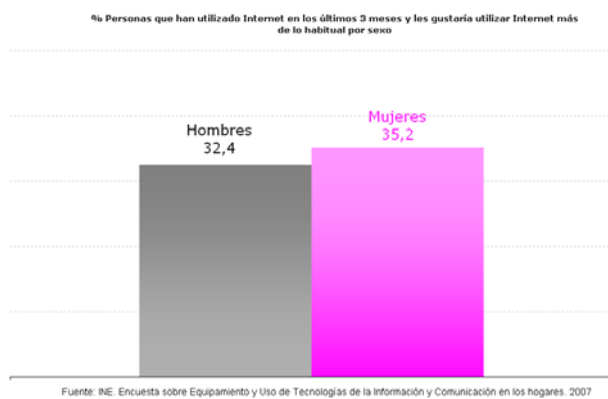
	>de 100.000 hab. y capitales	< 10.000 hab.
Servicios de comunicación con las Administraciones Públicas: Descargar formularios oficiales	29,7	22,9
Servicios de comunicación con las Administraciones Públicas: Enviar formularios cumplimentados	17,4	13,3
Educación y Formación: Buscar información sobre educación, formación u otro tipo de cursos	44,5	39,8
Educación y Formación: Realizar algún curso vía Internet de cualquier materia	9,3	8,3
Educación y Formación: Consultar Internet para algún tipo de aprendizaje	37,5	33,5

Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2007

Así, puede afirmarse con la observación de estos datos, que **las mujeres hacen un uso de Internet más aplicado a temas funcionales** (formación, aprendizaje, salud) mientras que **los hombres lo utilizan en mayor medida para temas de ocio** (servicios de ocio, lectura de revistas, ver/escuchar radio/televisión) **o más “tecnológicos”** (descarga de software). Por otro lado, **no se aprecia distinción entre la utilización de un tipo u otro de servicios en función del hábitat**. La tendencia es que cualquiera de ellos se utiliza en menor medida en las poblaciones con menos de 10.000 habitantes que en las de 100.000 o más.

1.7. Personas que les gustaría utilizar más Internet

A un **35%** de las **mujeres** y a un **32%** de los **hombres** que han usado Internet en los últimos tres meses les gustaría utilizarlo más.



Tanto para hombres como para mujeres el principal **motivo** apuntado para no utilizar con más frecuencia Internet es la **falta de tiempo** (77% de los hombres y 75% de las mujeres). Le siguen, por orden de importancia:

- la **falta de conocimientos** para un mayor uso (22% de las mujeres y 20% de los hombres),
- **otros** motivos no especificados en la encuesta (20% de las mujeres y 19% de los hombres),
- la **conexión lenta** en el caso de los hombres (19%) y el **coste** en el de las mujeres (15%) y
- el insuficiente dominio de **idiomas** extranjeros (13% de las mujeres y 14% de los hombres).

La mayor distancia entre hombres y mujeres respecto a los motivos apuntados es la que presenta la de '**conexión demasiado lenta**', pues es un motivo señalado por los hombres en un 20% de los casos y tan sólo en un 11% por las mujeres.

Los 5 motivos más apuntados por los que no se utiliza más Internet por sexo

MUJERES

1

Falta de tiempo
75%

2

Pocos conocimientos para un mayor uso
22%

HOMBRES

Falta de tiempo
77%

Pocos conocimientos para un mayor uso
20%

MUJERES

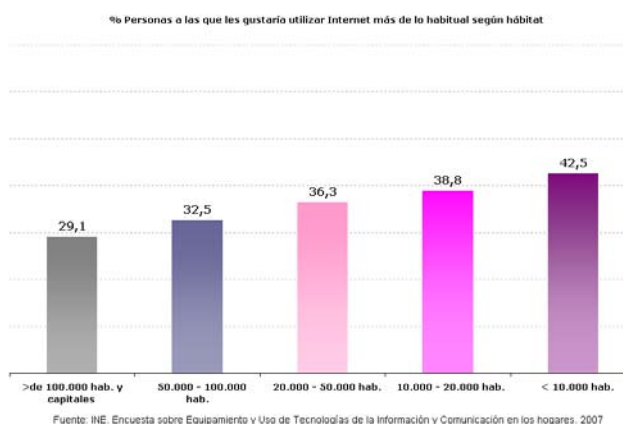
- 3 Otros
20%
- 4 Costes adicionales de la conexión o del volumen de descarga
15%
- 5 Insuficiente dominio de idiomas extranjeros
13%

HOMBRES

- Conexión demasiado lenta
19%
- Otros
19%
- Insuficiente dominio de idiomas extranjeros
14%

Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2007

En función del **hábitat** el deseo de utilizar más Internet **umenta considerablemente según se reduce el tamaño de éste**: en las poblaciones con menos de 10.000 habitantes a un 43% les gustaría utilizar más Internet frente al 30% en las de más de 10.000 habitantes.



También varían los **motivos** de no utilizar más Internet. Aunque en cualquier tamaño de hábitat el que más 'pesa' es la **falta de tiempo** (78% en poblaciones de más de 10.000 habitantes y 72% en las de menos de 10.000), en las primeras, las limitaciones apuntadas tienen que ver en mayor medida con la **falta de conocimientos** y en las segundas, con **velocidad y coste de conexión a Internet** (aunque la falta de conocimientos también se encuentra entre las cinco más señaladas).

Los 5 motivos más apuntados por los que no se utiliza más Internet según hábitat

>100.000 hab.

- 1 Falta de tiempo
78%
- 2 Pocos conocimientos para un mayor uso
22%
- 3 Otros
19%

<10.000 hab.

- 1 Falta de tiempo
72%
- 2 Conexión demasiado lenta
21%
- 3 Costes adicionales de la conexión o del volumen de descarga
20%

	<i>>100.000 hab.</i>	<i><10.000 hab.</i>
4	Costes adicionales de la conexión o del volumen de descarga 15%	Otros 19%
5	Insuficiente dominio de idiomas extranjeros 15%	Pocos conocimientos para un mayor uso 18%

Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2007

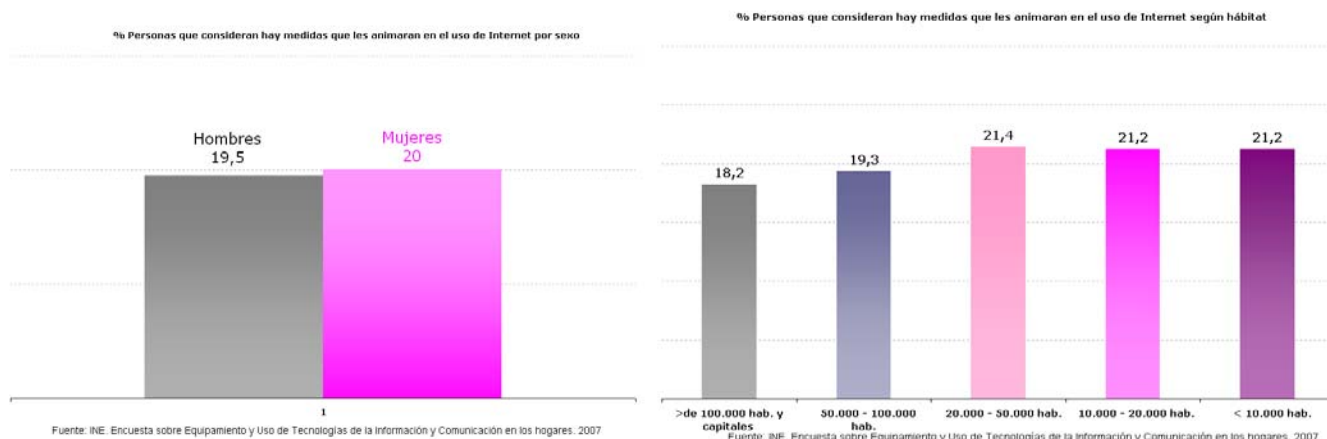
Puede concluirse, por tanto, que **entre las mujeres y en las poblaciones pequeñas se aprecia un deseo superior de utilizar con más frecuencia Internet**. Entre los **motivos apuntados por las mujeres para no utilizar tanto como quisieran Internet está la falta de tiempo** –igual que en el caso de los hombres- pero también se señalan, en un porcentaje considerable, motivos relacionados con **la falta de conocimientos o el coste de los servicios**. **En las poblaciones más pequeñas**, además de la falta de tiempo, son reseñables los motivos relacionados con el **coste y la velocidad de conexión a Internet**.

Destacar, no obstante, el alto nivel de respuestas registradas en la categoría de **'otros motivos'** –en torno al 20%- que sería interesante fueran identificados por la Encuesta.

1.8. Medidas para fomentar el uso de Internet

Del total de la población entre 16 y 74 años un **20% de hombres y mujeres** consideran que hay medidas que les animarían en el uso de Internet.

Esta consideración es **mayor entre las personas que residen en hábitat de menos de 10.000 habitantes** (21%) que las que lo hacen en poblaciones superiores a los 100.000 habitantes (18%).



De las medidas que podrían ponerse en marcha la **'conexión a Internet más barata'** es la más señalada (81% de los hombres y 80% de las mujeres).

En el caso de las **mujeres**, le siguen muy de cerca la 'formación gratuita' (77%), los 'cursos de formación adecuados a sus necesidades' (74%), los 'ordenadores más baratos' y las 'ayudas o ventajas fiscales para la compra de un ordenador' (71%).

Para los **hombres**, tras la conexión más barata, se señalan mayoritariamente y por este orden las siguientes medidas: 'la formación gratuita' (72%), los 'ordenadores más baratos' (69%), las 'ayudas o ventajas fiscales para la compra de un ordenador' (68%) y los 'cursos de cursos de formación adecuados a sus necesidades' (67%).

Las 5 medidas más apuntadas para animar en el uso de Internet por sexo

MUJERES

- 1 Conexión a Internet más barata
80%
- 2 Formación gratuita
77%
- 3 Cursos de formación adecuados a sus necesidades
74%

HOMBRES

- 1 Conexión a Internet más barata
81%
- 2 Formación gratuita
72%
- 3 Ordenadores más baratos
69%

MUJERES

4	Ordenadores más baratos	71%
5	Ayudas o ventajas fiscales para la compra de un ordenador	71%

HOMBRES

Ayudas o ventajas fiscales para la compra de un ordenador	68%
Cursos de formación adecuados a sus necesidades	67%

Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2007

Por **hábitat**, la medida más considerada para animar a un mayor uso de Internet en todos los tamaños de población es, aquí también, una '**conexión más barata**' (78%). En ambos casos le siguen la 'formación gratuita' (73% en >100.000 habitantes y 75% en <10.000 habitantes). En tercer y cuarto lugar se sitúan los 'ordenadores más baratos' y los 'cursos de formación adecuados a las necesidades', por este orden, para las poblaciones de mayor tamaño, pero a la inversa, en las de menor. La quinta medida considerada en ambos tipos de hábitat y con un porcentaje similar son las 'ayudas y ventajas fiscales para la compra de un ordenador'.

Las 5 medidas más apuntadas para animar en el uso de Internet por sexo

>100.000 hab.

1	Conexión a Internet más barata	78%
2	Formación gratuita	73%
3	Ordenadores más baratos	70%
4	Cursos de formación adecuados a sus necesidades	70%
5	Ayudas o ventajas fiscales para la compra de un ordenador	67%

<10.000 hab.

Conexión a Internet más barata	78%
Formación gratuita	75%
Cursos de formación adecuados a sus necesidades	70%
Ordenadores más baratos	70%
Ayudas o ventajas fiscales para la compra de un ordenador	68%

Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2007

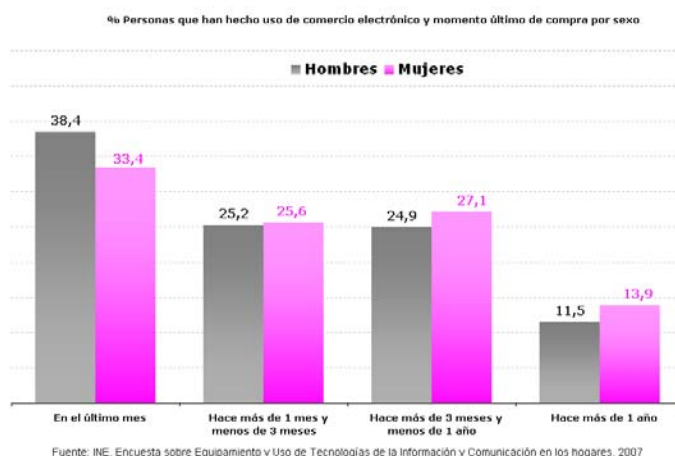
Para fomentar el uso de Internet, **las medidas principalmente seleccionadas son la 'conexión a Internet más barata' y la 'formación gratuita'. Entre las mujeres y en los hábitats más pequeños también se consideran importantes los 'cursos de formación adaptados a las necesidades'**, frente a los 'ordenadores más baratos' como medida apuntada por los hombres y en las poblaciones más grandes.

1.9. Uso del comercio electrónico

Un **38%** de los **hombres** y un **33%** de las **mujeres** de la población comprendida entre los 16 y los 74 años han hecho **uso del comercio electrónico en el último mes** de referencia de la Encuesta.

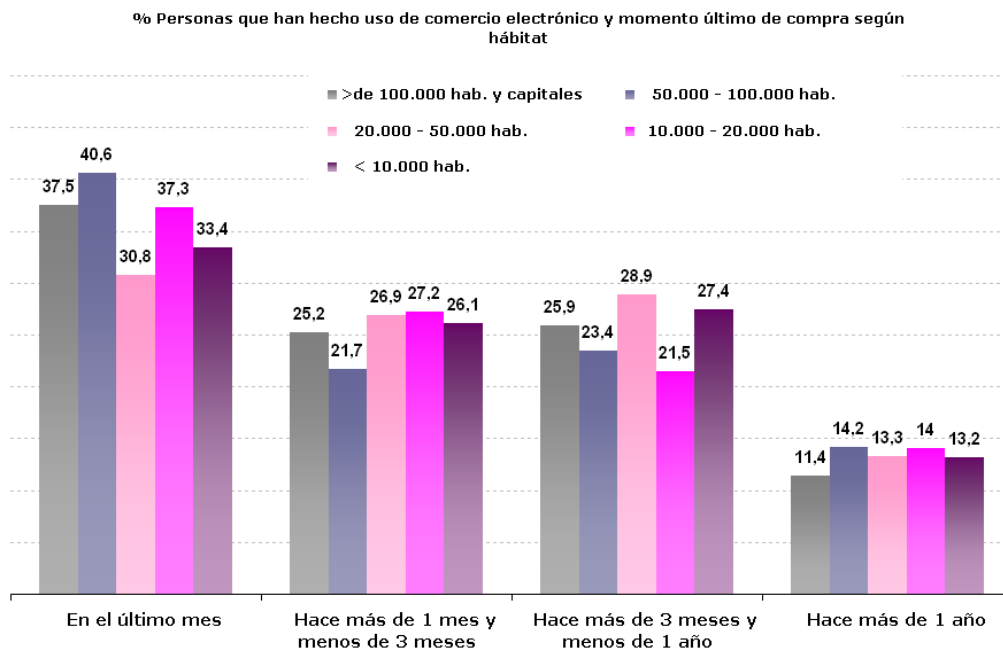
El mayor uso del comercio electrónico por parte de los hombres en el último mes contrasta, sin embargo, con los resultados obtenidos según otras fechas consideradas desde la última compra. Así, en el resto de casos, se aprecia una mayor utilización del comercio electrónico por parte de las mujeres que de los hombres:

- **Hace más de 1 mes y menos de 3 meses:** el 25% de los hombres y el 26% de las mujeres.
- **Hace más de 3 meses y menos de 1 año:** el 25% de los hombres y el 27% de las mujeres.
- **Hace más de 1 año:** el 12% de los hombres y el 14% de las mujeres.



Según el tamaño de **hábitat** la **diferencia** en el uso del comercio electrónico en el último mes es de casi **5 puntos** entre poblaciones con más de 100.000 habitantes e inferiores a los 10.000 (un 38% frente a un 33% respectivamente). Pero, por tamaño de hábitat, también se da la tendencia contraria para el resto de periodos considerados: a mayor tiempo transcurrido, mayores porcentajes de uso del comercio electrónico en las poblaciones más pequeñas:

- **Hace más de 1 mes y menos de 3 meses:** el 25% en >100.000 habitantes y el 26% en <10.000 habitantes.
- **Hace más de 3 meses y menos de 1 año:** el 26% en >100.000 habitantes y el 27% en <10.000 habitantes.
- **Hace más de 1 año:** el 11% en >100.000 habitantes y el 13% en <10.000 habitantes.



Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2007

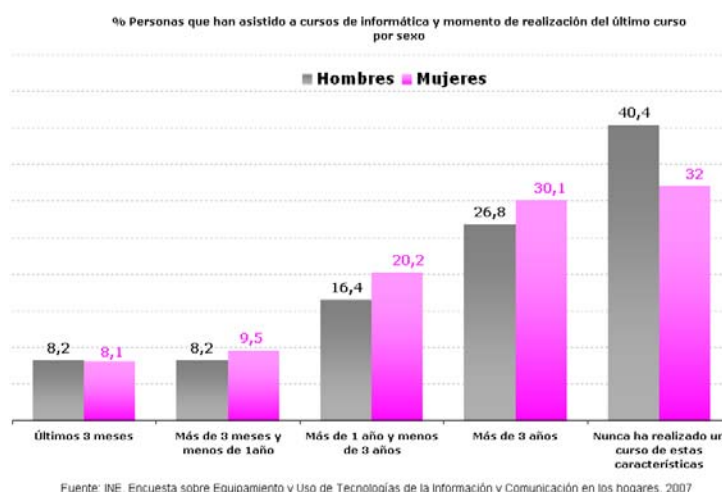
En el último mes de referencia de la Encuesta el uso del comercio electrónico está más extendido entre los hombres y en las poblaciones de mayor tamaño. Sin embargo, la tendencia se invierte cuando el plazo transcurrido desde la última compra es de más de un mes: en este caso, entre las mujeres y en las poblaciones más pequeñas el uso del comercio electrónico es mayor.

1.10. Asistencia a cursos de informática

Un **40%** de los hombres y un **32%** de las mujeres nunca han realizado un curso de informática.

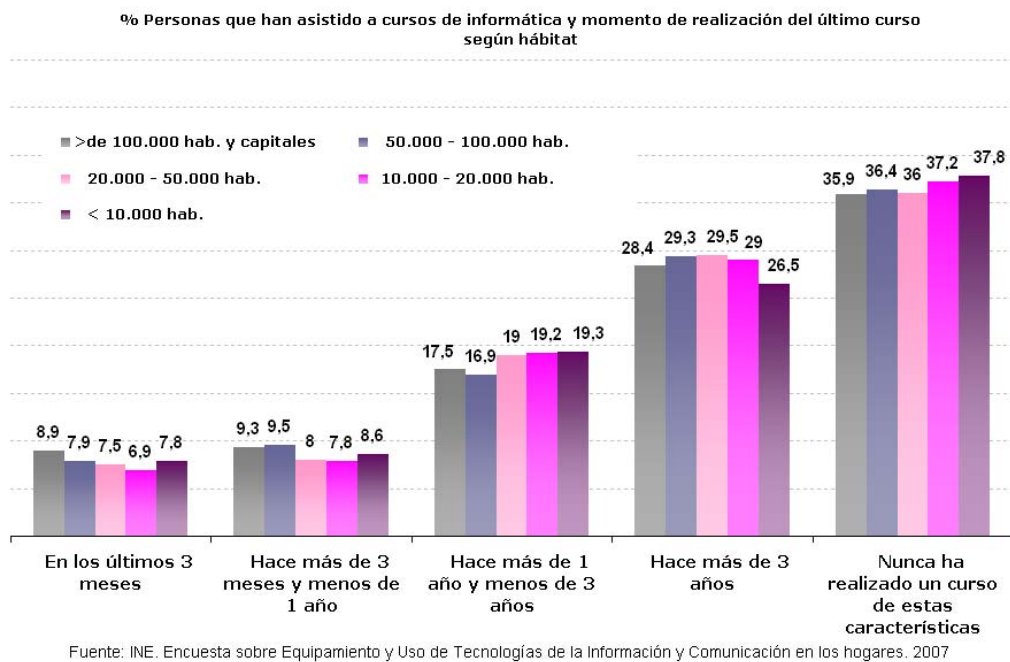
De las personas que sí los han realizado:

- Un 8% de hombres y de mujeres lo han hecho en los **3 últimos meses** de referencia de la encuesta.
- Un 8% de hombres y un 9% de mujeres lo realizaron hace más de 3 meses y **menos de 1 año**.
- Un 16% de los hombres y un 20% de las mujeres lo hicieron hace más de 1 año y **menos de 3**.
- El 27% de los hombres y el 30% de las mujeres realizaron este tipo de cursos **hace más de 3 años**.



Por su parte, en las poblaciones con menos de 10.000 habitantes, un **38%** de las personas nunca han realizado un curso de informática, frente al **36%** en hábitats de más de 100.000 habitantes. De las personas que han realizado algún curso de informática:

- Un 9% lo realizaron en los **últimos 3 meses** en poblaciones de >100.000 habitantes y un 8% en <10.000 habitantes.
- Un 9% lo realizaron hace más de tres meses y **menos de 1 año** en poblaciones de >100.000 habitantes y un 8% en <10.000 habitantes.
- Un 18% lo realizaron hace más de 1 año y **menos de 3** en poblaciones de >100.000 habitantes y un 19% en <10.000 habitantes.
- Un 28% lo realizaron hace **más de 3 años** en poblaciones de >100.000 habitantes y un 26% en <10.000 habitantes.



De las personas que han realizado un curso de informática hace **más de 3 años**, los motivos apuntados para no volver a realizarlos más recientemente son:

→ **Habilidades informáticas**

suficientes: un 50% de los hombres y un 37% de las mujeres.

→ **No utiliza el ordenador:** un

21% de los hombres y un 24% de las mujeres.

→ **Falta de tiempo:** un 25% de

los hombres y un 34% de las mujeres.

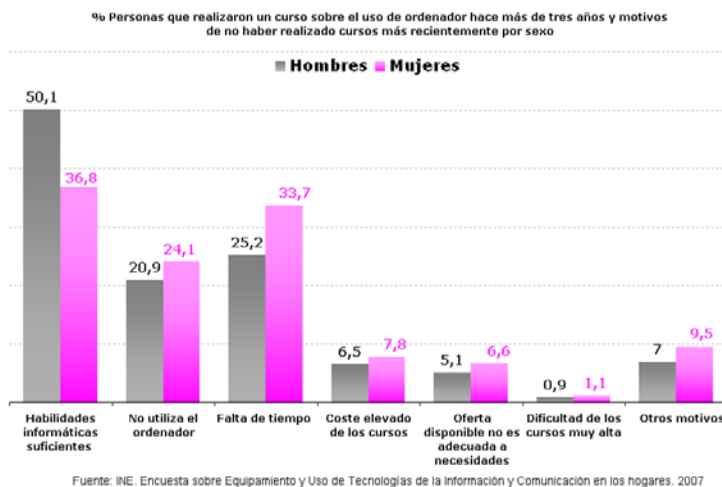
→ **Coste elevado de los**

cursos: un 7% de los hombres y un 8% de las mujeres.

→ **Oferta disponible no adecuada a sus necesidades:** un 5% de los hombres y un 7% de las mujeres.

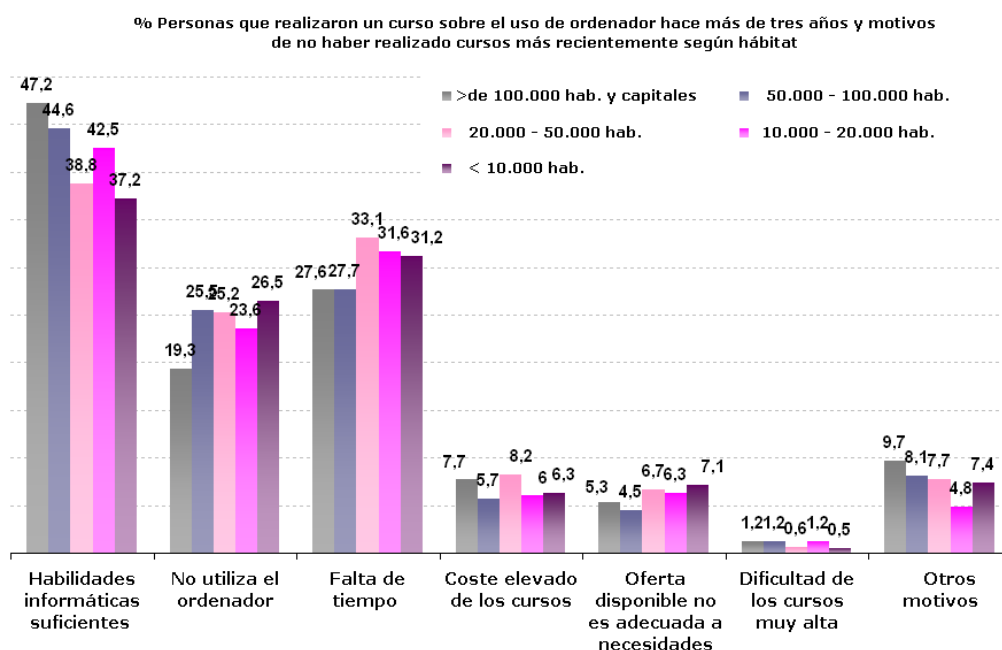
→ **Dificultad de los cursos muy alta:** un 1% de hombres y mujeres.

→ **Otros motivos:** un 7% de los hombres y un 10% de las mujeres.



Según tamaño de **hábitat**, el porcentaje de los motivos apuntados han sido:

- **Habilidades informáticas suficientes:** un 47% en poblaciones de >100.000 habitantes y un 37% en <10.000 habitantes.
- **No utiliza el ordenador:** un 19% en poblaciones de >100.000 habitantes y un 27% en <10.000 habitantes.
- **Falta de tiempo:** un 28% en poblaciones de >100.000 habitantes y un 21% en <10.000 habitantes.
- **Coste elevado de los cursos:** un 8% en poblaciones de >100.000 habitantes y un 6% en <10.000 habitantes.
- **Oferta disponible no adecuada a sus necesidades:** un 5% en poblaciones de >100.000 habitantes y un 7% en <10.000 habitantes.
- **Dificultad de los cursos muy alta:** un 1% en poblaciones de >100.000 habitantes y en <10.000 habitantes.
- **Otros motivos:** un 10% en poblaciones de >100.000 habitantes y un 7% en <10.000 habitantes.



Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2007

Entre las mujeres y en las poblaciones de menor tamaño se dan unos porcentajes más altos de realización de cursos de informática. En ambos casos, entre quienes han realizado un curso de este tipo hace más de tres años, los motivos más señalados para no volver a realizarlos son las 'habilidades informáticas suficientes', 'la falta de tiempo' y la 'no utilización del ordenador'.

1.11. Tareas relacionadas con la informática

Respecto a las **tareas relacionadas con la informática**, la mayoría de hombres y mujeres que han utilizado el ordenador o Internet alguna vez, realizan tareas básicas como:

- **'copiar o mover ficheros y carpetas'** (el 86% de los hombres y las mujeres),
- **'cortar o pegar documentos'** (el 85%),
- **'usar un buscador en Internet'** (el 97% de los hombres y el 96% de las mujeres),
- o **'enviar correos electrónicos con ficheros adjuntos'** (el 79% de los hombres y el 77% de las mujeres).

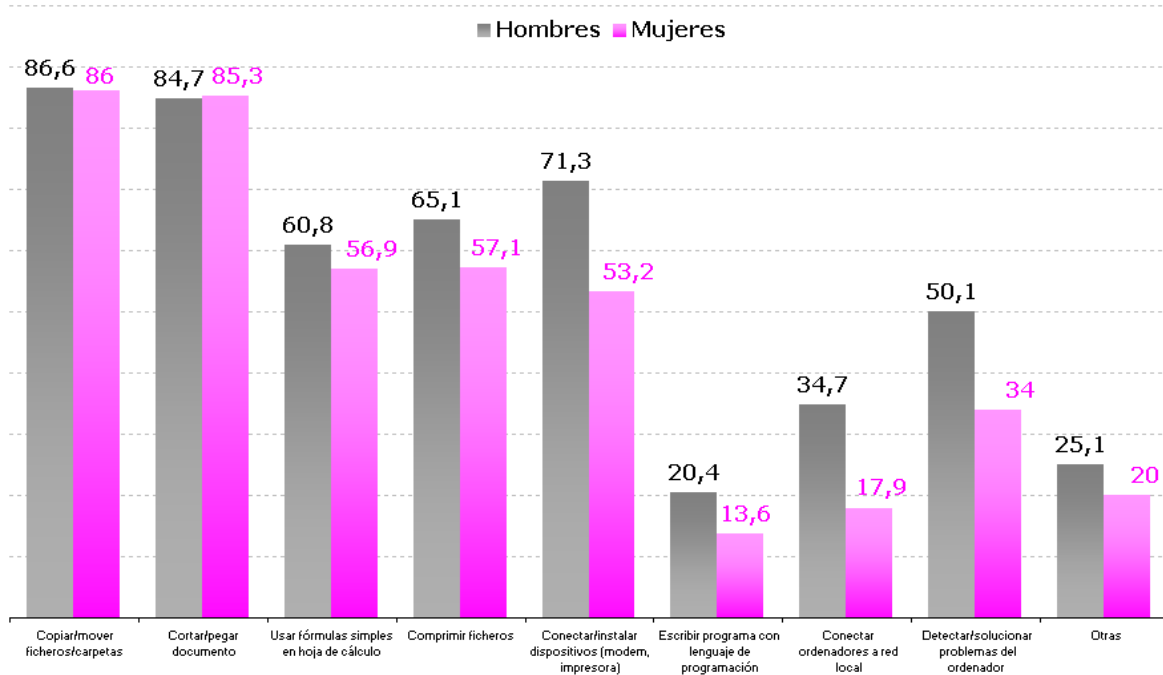
A medida que aumenta la 'complejidad' de la tarea informática, el porcentaje de personas que la realizan descende, sobre todo en el caso de las mujeres.

Los hombres presentan unos porcentajes más elevados que las mujeres en la realización de todas las tareas, excepto en la denominada **'cortar o pegar documentos'**, en donde la relación es inversa, pero a muy corta distancia.

Las **mayores diferencias** en la realización de tareas informáticas **entre mujeres y hombres** se dan en:

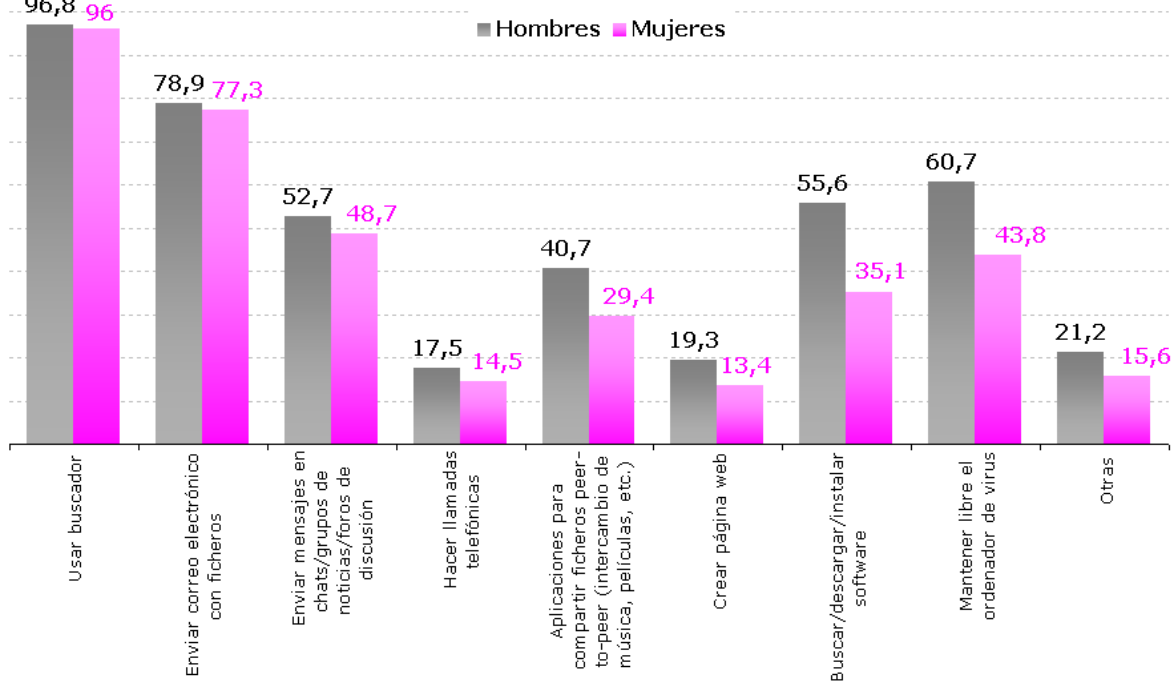
- **Conectar/instalar dispositivos** (modem, impresora) (71% de los hombres y 53% de las mujeres).
- **Conectar ordenadores a red local** (35% de los hombres y 18% de las mujeres).
- **Detectar/solucionar problemas del ordenador** (50% de los hombres y 34% de las mujeres).
- **Aplicaciones para compartir ficheros *peer-to-peer*** (41% de los hombres y 19% de las mujeres).
- **Buscar/descargar/instalar software** (56% de los hombres y 35% de las mujeres).
- **Mantener libre el ordenador de virus** (61% de los hombres y 44% de las mujeres).

% Personas según uso de ordenador y realización de tareas relacionadas con la informática por sexo



Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2007

% Personas que hacen uso de Internet y tareas relacionadas con Internet realizadas en alguna ocasión por sexo

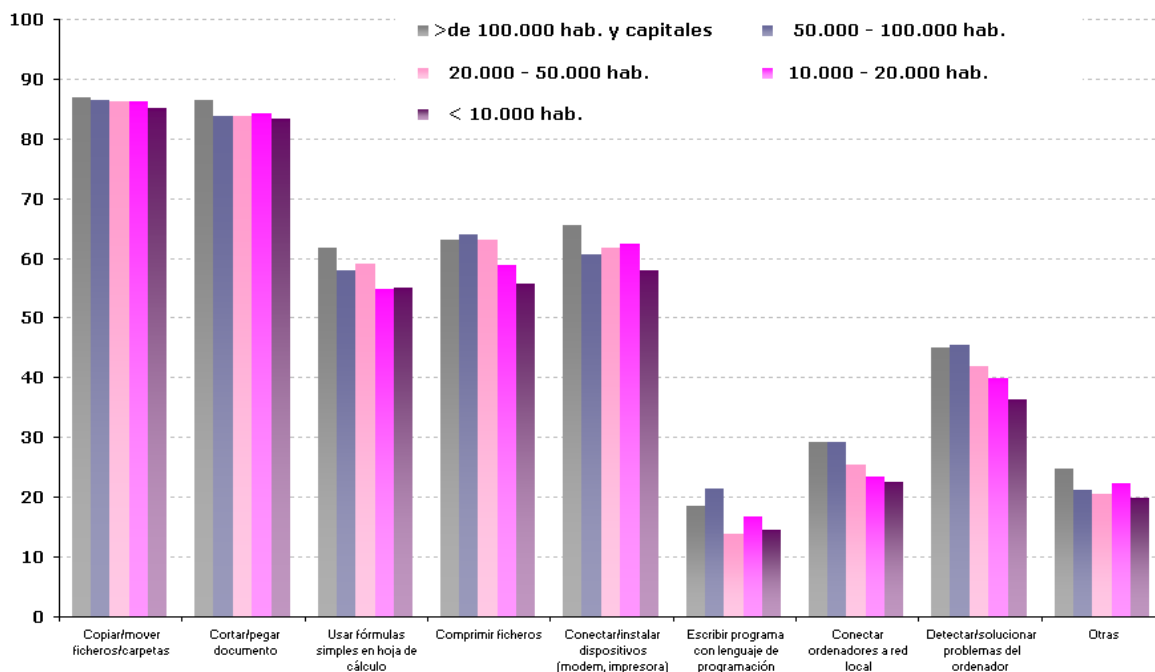


Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2007

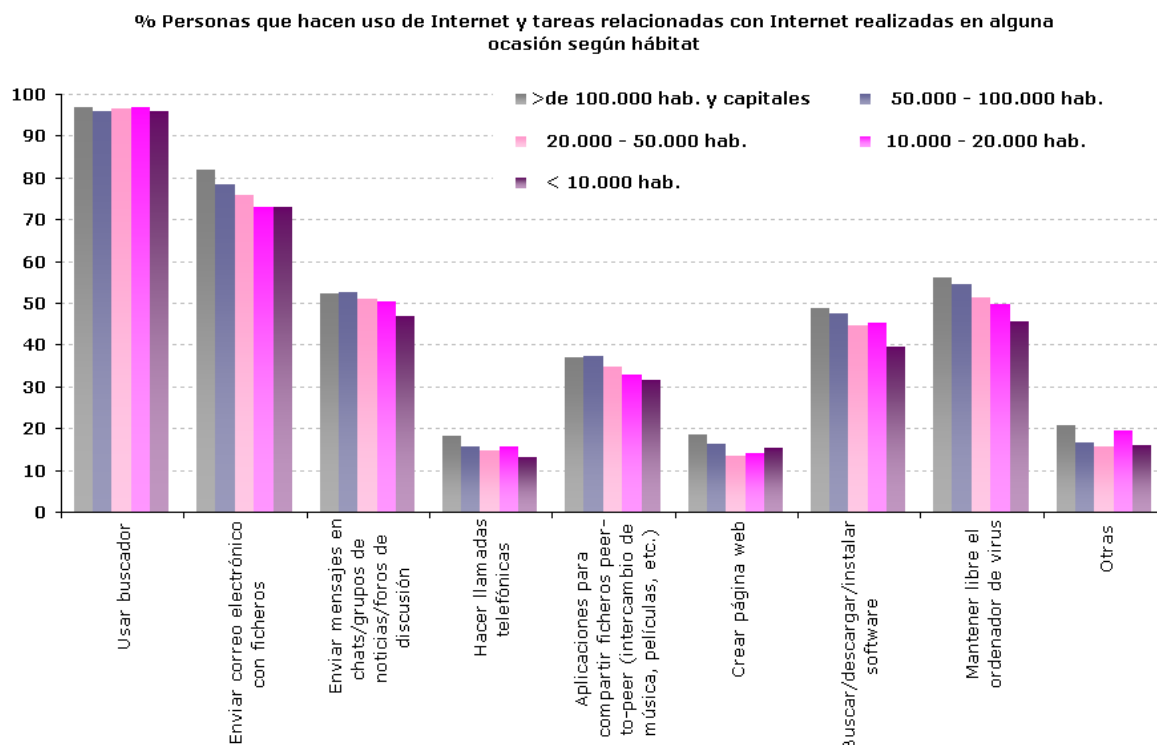
Según **tamaño de hábitat** las diferencias no son significativas, aunque para todas las tareas los porcentajes más altos se den en los hábitats superiores a 100.000 habitantes. Las mayores distancias, de ocho puntos y más, se identifican en la realización de las siguientes:

- **Detectar/solucionar problemas del ordenador** (45% en poblaciones de >100.000 habitantes y 36% en poblaciones <10.000 habitantes).
- **Enviar correo electrónico con ficheros** (82% en poblaciones de >100.000 habitantes y 73% en poblaciones <10.000 habitantes).
- **Buscar/descargar/installar software** (49% en poblaciones de >100.000 habitantes y 40% en poblaciones <10.000 habitantes).
- **Mantener libre el ordenador de virus** (56% en poblaciones de >100.000 habitantes y 48% en poblaciones <10.000 habitantes).

% Personas según uso de ordenador y realización de tareas relacionadas con la informática según hábitat



Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2007



Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2007

Se puede concluir, por tanto, que **a mayor complejidad en el tipo de tareas informáticas se reduce el porcentaje de personas que las realizan, un descenso que se da en mayor medida entre las mujeres y en los núcleos de población más pequeños.**

1.12. Formas de adquisición de conocimientos informáticos

La gran parte de las personas que realizan tareas informáticas han adquirido este tipo de conocimientos **'aprendiendo por su cuenta mediante la práctica'** (el 89% de los hombres y el 84% de las mujeres) o **'aprendiendo a través de otras personas'** (el 75% de los hombres y el 76% de las mujeres).

En el caso de las **mujeres** le siguen, por orden de importancia, el 'aprendizaje en los centros de educación de adultos' (35%), el 'aprendizaje reglado' (34%), el 'estudio por su cuenta' (31%) y la 'formación organizada por la empresa' (24%).

Para los **hombres**, el orden de las respuestas es el 'estudio por su cuenta' (40%), el 'aprendizaje reglado' (32%), la 'formación organizada por la empresa' (24%) y el 'aprendizaje en centros de educación de adultos' (23%).

La distancia más significativa en la forma de aprendizaje entre hombres y mujeres es la del **'aprendizaje en los centros de educación de adultos'**, con una distancia de más de 11 puntos de ventaja de las mujeres frente a los hombres.

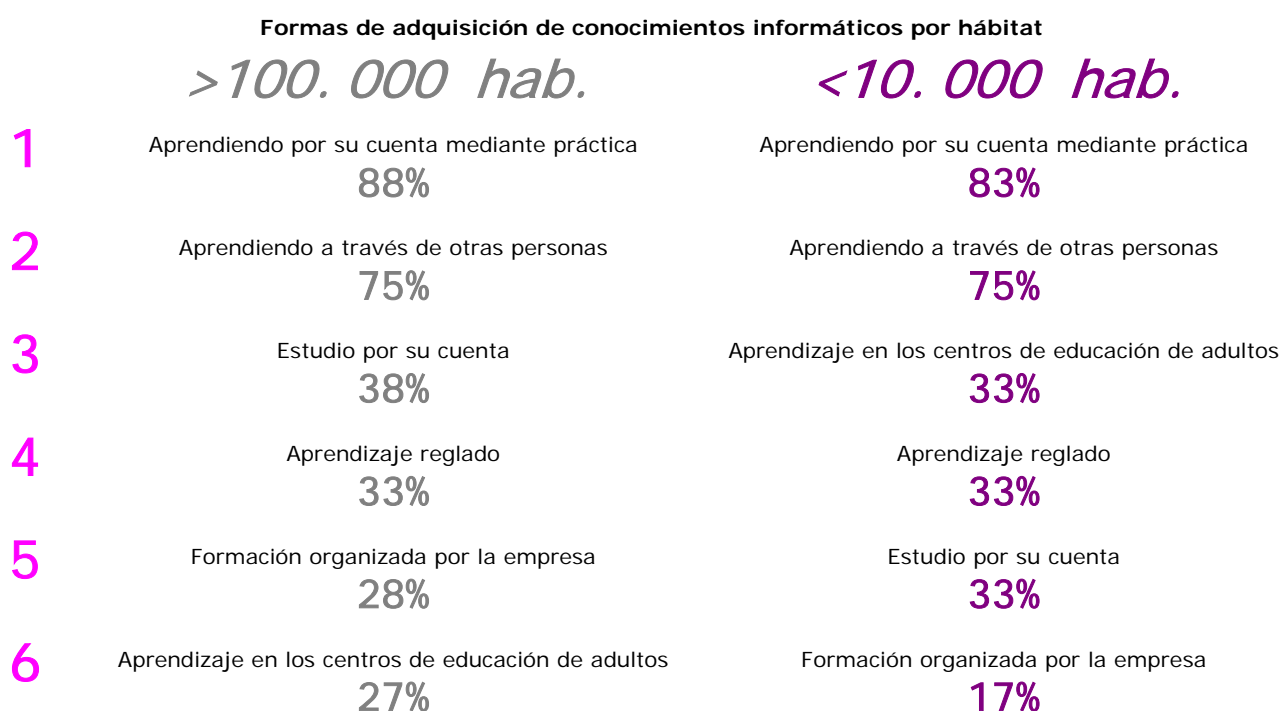
Formas de adquisición de conocimientos informáticos por sexo

	<i>MUJERES</i>	<i>HOMBRES</i>
1	Aprendiendo por su cuenta mediante práctica 84%	Aprendiendo por su cuenta mediante práctica 89%
2	Aprendiendo a través de otras personas 76%	Aprendiendo a través de otras personas 76%
3	Aprendizaje en los centros de educación de adultos 35%	Estudio por su cuenta 40%
4	Aprendizaje reglado 34%	Aprendizaje reglado 34%
5	Estudio por su cuenta 31%	Formación organizada por la empresa 24%
6	Formación organizada por la empresa 24%	Aprendizaje en los centros de educación de adultos 23%

Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2007

Según **hábitat** y sea cual sea el tamaño de población, las formas de aprendizaje más comunes se mantienen ('aprendiendo por su cuenta mediante práctica' y 'aprendiendo a través de otras personas').

Sin embargo, en las poblaciones inferiores a los 10.000 habitantes, la siguiente forma de aprendizaje más común es el 'aprendizaje en los centros de educación de adultos', y tras ella el 'aprendizaje reglado', el 'estudio por su cuenta' y, en último lugar, la 'formación organizada por la empresa'. Mientras, en los hábitats más poblados, el tercer lugar lo encuentra el 'estudio por su cuenta', seguido del 'aprendizaje reglado', la 'formación organizada por la empresa' y, finalmente, el 'aprendizaje en centros de educación de adultos'.



Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. 2007

A partir de estos datos se puede deducir que **las formas más comunes de aprender a realizar tareas informáticas son el aprendizaje mediante la práctica o a través de otras personas. Asimismo, entre las mujeres y en los núcleos de población más pequeños, las formas de aprendizaje mediante formación específica en estos campos –educación de adultos, aprendizaje reglado o a través de la empresa- es más numerosa** que entre los hombres y en las poblaciones más grandes, donde al 'aprendizaje por su cuenta' es de las opciones más señaladas.

1.13. En resumen

- A partir de los datos disponibles, la primera conclusión que puede extraerse de esta Encuesta es que **los hombres utilizan en mayor medida las TIC que las mujeres**, existiendo una distancia de 4 puntos en el uso del ordenador, de 8 puntos en el uso de Internet y de 2 puntos en el uso del teléfono móvil. Cruzando los mismos datos, según el tamaño del hábitat en el que residen estas personas, se observa claramente cómo **estos porcentajes de utilización se reducen conforme disminuye el tamaño del hábitat. Ser mujer y residir en un hábitat de este tamaño deriva en una menor utilización de productos TIC.**

- Asimismo, **las mujeres presentan unos porcentajes de utilización de productos TIC inferiores a los hombres**, siendo la diferencia más llamativa la de la 'compra a través de Internet', con una distancia de más de 7 puntos. La menor se da en el uso del teléfono móvil, con 2 puntos de diferencia. Se confirma, de este modo, la tendencia ya señalada de que **el sexo y el tamaño del hábitat determinan, en gran medida, la proporción de personas usuarias de las TIC.**

- En relación al grado de conocimientos informáticos, **entre las mujeres y las personas residentes en municipios de menor tamaño se posee una más baja percepción del nivel de conocimientos** que entre los hombres y los municipios de mayor tamaño.

- En cuanto a los usos de Internet, **las mujeres hacen un uso más aplicado a temas funcionales** (formación, aprendizaje, salud) **mientras que los hombres lo utilizan en mayor medida para temas de ocio** (servicios de ocio, lectura de revistas, ver/escuchar radio/televisión) **o más "tecnológicos"** (descarga de software). En función del hábitat no se aprecia distinción entre la utilización de un tipo u otro de servicios.

- **Entre las mujeres y en las poblaciones pequeñas se aprecia un deseo superior de utilizar más Internet.** Entre los motivos apuntados por las mujeres para no utilizar tanto como quisieran Internet está la **falta de tiempo** –igual que en el caso de los hombres– pero también se señalan, en un porcentaje considerable, **motivos relacionados con la falta de conocimientos o el coste de los servicios.** En las poblaciones más pequeñas, además de la falta de tiempo, son destacables los motivos relacionados con el coste y la velocidad de conexión a Internet.

- Para fomentar el uso de Internet las medidas principalmente seleccionadas son la **'conexión a Internet más barata'** y la **'formación gratuita'**. Entre las mujeres y en los hábitats más pequeños también son considerados importantes los **'cursos de formación adaptados a las necesidades'**, frente a los 'ordenadores más baratos' como tercera medida apuntada por los hombres y en las poblaciones más grandes.

- **En el último mes de referencia de la Encuesta el uso del comercio electrónico está más extendido entre los hombres y en las poblaciones de mayor tamaño.** Sin embargo, la tendencia se invierte cuando el plazo transcurrido desde la última compra es de más de un mes: en este caso, entre las mujeres y en las poblaciones más pequeñas el uso del comercio electrónico es mayor.

- **Entre las mujeres y en las poblaciones de menor tamaño se dan unos porcentajes más altos de realización de cursos de informática.** En ambos casos, entre quienes han realizado un curso de este tipo hace más de tres años, los motivos más señalados para no volver a realizarlos son las 'habilidades informáticas suficientes', 'la falta de tiempo' y la 'no utilización del ordenador'.

- Respecto al tipo de **tareas informáticas**, puede afirmarse que **a mayor dificultad de las mismas se reduce el porcentaje de personas que las realizan**, un descenso que se da en mayor grado entre las mujeres y en los núcleos de población más pequeños.

- Finalmente, **las formas más comunes de aprender a realizar tareas informáticas son el aprendizaje mediante la práctica o a través de otras personas.** Asimismo, **entre las mujeres y los núcleos de población más pequeños**, las formas de aprendizaje mediante **formación específica en estos campos** –educación de adultos, aprendizaje reglado o a través de la empresa- es más numerosa que entre los hombres y las poblaciones más grandes, donde al 'aprendizaje por su cuenta' es de las opciones más señaladas.

LA VISIÓN CUALITATIVA: LA OPINIÓN DE LOS Y LAS
DINAMIZADORAS DE LOS TELECENTROS

1. 14. Metodología empleada

Los **Telecentros** o centros de acceso público a Internet se han convertido en una pieza clave para **promocionar y facilitar el acceso a las TIC**, sobre todo en los entornos rurales. Ya en 2005, solamente en España, se calcula existían más de 3.000 Telecentros abiertos.

La ubicación de estos Telecentros y la atención directa a usuarios y usuarias convierten estos espacios, y por ende a sus dinamizadores y dinamizadoras, en **agentes privilegiados de observación directa** sobre los factores que determinan un mayor o menor uso de las TIC y la realidad y situaciones diversas que, en este ámbito, se dan entre los diferentes perfiles de personas usuarias.

Por este motivo se estimó que, para conocer mejor los usos y demandas de las TIC por parte de las mujeres del medio rural, se requería de un **contraste de tipo cualitativo** cuyas fuentes de información debían ser dinamizadores y dinamizadoras de Telecentros, así como los y las agentes más próximos a los territorios rurales dentro de las tres CC.AA. de intervención del proyecto: Andalucía, Madrid y Comunidad Valenciana.

Con esa perspectiva, en el desarrollo del presente diagnóstico se han realizado hasta el momento:

- Un **grupo de trabajo**, con personal técnico de de las Mancomunidades de Sierra Morena, Guadajoz, Campiña Sur, Los Pedroches y Subbética, gracias al apoyo prestado por el Consorcio Provincial de Desarrollo Económico de la Diputación de Córdoba.
- Una **encuesta** entre personal dinamizador de Telecentros, a la que dieron respuesta 31 agentes dinamizadores.

En la selección de los municipios participantes en la encuesta se han tomado como criterios de áreas rurales los establecidos por la OCDE² y por la Comisión Europea³. No obstante, se ha procurado que existiera una representación de, al menos, un 50% de municipios con poblaciones inferiores a los 2.000 habitantes, de acuerdo al criterio de ruralidad considerado por el Censo⁴.

Para un mayor detalle de los agentes y municipios participantes en el diagnóstico pueden consultarse los **Anexos** a este documento.

² La OCDE considera como comunidades rurales a aquéllas con una densidad inferior a los 150 habitantes por kilómetro cuadrado.

³ La Comisión Europea define a las comunidades rurales como aquéllas con una densidad menor a 100 habitantes por kilómetro cuadrado.

⁴ El Censo de Población y Viviendas considera rurales a las poblaciones que poseen menos de 2.000 habitantes.

Las cuestiones centrales sobre las que han girado tanto el grupo de trabajo como la encuesta -relativas todas ellas a las mujeres de entornos rurales- han sido las siguientes (ver cuestionario en **Anexo**):

- **Grado de utilización y acceso.**
- **Perfil.**
- **Elementos de motivación y desencadenantes del uso.**
- **Barreras de acceso y utilización.**
- **Modos de utilización.**
- **Áreas temáticas de interés.**
- **Propuestas para aumentar y mejorar el uso de las TIC.**

Los resultados de estas actividades son los que se recogen a continuación.

Agradecer la colaboración desinteresada de todos y todas las personas, cuyos nombres pueden ser consultados también el **Anexo** de este documento.

1.15. Grado de acceso y utilización

¿En qué medida utilizan las mujeres rurales de su entorno las tecnologías de la información? ¿En qué grado acceden a Internet?

En relación al grado de acceso y utilización de las TIC por parte de las mujeres usuarias de los Telecentros las opiniones manifestadas han sido **muy variadas**.

En muchos de los casos se afirma que **son más mujeres que hombres** las que acuden a los Telecentros y que esta tendencia no ha hecho más que aumentar con el paso de los años.

El porcentaje de mujeres que acceden al Centro Guadalinfo es del 52%, siendo también destacable que el 66% de nuevas usuarias son mujeres.
(Francisco Javier Novas. Centro Guadalinfo de Villanueva de Córdoba. Córdoba).

Las mujeres acuden cada vez más. En estos momentos un 70% de las personas usuarias del Telecentro son mujeres.
(Sara Mora. Telecentro de Gavarda. Valencia)

Sin embargo, también han sido varias las respuestas en las que se manifiesta que el uso de las TIC y el acceso a los Telecentros es **aún minoritario por parte de este grupo de la población**:

Las mujeres de mi municipio utilizan relativamente poco las nuevas tecnologías de la información y comunicación (alrededor de un 18% son usuarias que acuden asiduamente al Centro).
(Isabel Álvarez. Centro Guadalinfo de Morelábor. Granada)

Una minoría, ya que a pesar de que cada vez el interés es mayor, las mujeres que se interesan son una pequeña proporción.
(Virginia Sanzo. Centro Guadalinfo de Humilladero. Málaga)

Las mujeres que acceden a Internet y a las nuevas tecnologías es una minoría del total del pueblo, ya que la población está muy diseminada.
(Victoria de La Inmaculada Gallardo. Centro Guadalinfo de La Viñuela. Málaga)

A este respecto, se han señalado algunos de los **factores** que determinan un mayor o menor grado de acceso y utilización de las TIC por parte de las mujeres.

Uno de los más mencionados es el de la **edad**, afirmándose que cuanto más edad poseen las mujeres el grado de acceso disminuye considerablemente. Se llega a afirmar, en este sentido, que la edad es una condición más determinante que el factor de género, pues entre los y las jóvenes no existe discriminación en el acceso y grado de utilización con respecto a los chicos. Aseguran que muchas mujeres mayores de 50 años relacionan las TIC con la cultura juvenil y, por tanto, como algo ajeno a ellas.

Pues en mi entorno, la medida en que utilizan las TIC no depende del factor de si son mujeres o son hombres, depende del factor edad, cuanto más mayores son más trabajo les cuesta, aunque siempre hay excepciones.

(Manuel Jesús Morgado. Centro Guadalinfo de Paymogo. Huelva)

Diría que aún utilizan muy poco las nuevas tecnologías y cuanto más mayores son más les cuesta.

(José Derick. Centro Guadalinfo Sierra de Yeguas. Málaga)

Otro de los factores es el de la realización de **talleres y cursos específicos** para ellas. De este modo, cuando existen este tipo de actividades, las mujeres acceden en mayor proporción, ya que el aprendizaje por cuenta propia no es común entre ellas.

El grado de acceso a Internet aún es muy bajo para el número de mujeres que habitan en el pueblo. Únicamente lo utilizan cuando acuden a cursos o talleres.

(Aurora Fernández. Centro Guadalinfo de Puebla Don Fabrique. Granada)

Acceden a Internet siempre y cuando les hayas dado la forma de hacerlo, o sea, les hayas enseñado mediante cursos y talleres, porque si no les enseñas, ninguna aprende por su cuenta, incluso les da miedo tocar los equipos.

(Marí Carmen Sánchez. Centro Guadalinfo de Algodonales. Cádiz)

Un factor más hace alusión a las **responsabilidades familiares** de las mujeres, quienes ven limitado su acceso según la carga de las mismas:

El nivel de utilización es bajo, pero no porque no quieran, sino porque sus deberes familiares y laborales les resta tiempo para poder hacer uso de ellas. La mayoría se obliga a realizar cursos y talleres como los que imparto en mi centro para, de esta manera, poder dedicar algún tiempo al uso de las mismas.

(José Luis Martín. Centro Guadalinfo de Churriana de la Vega. Granada)

Las mujeres son uno de los colectivos que más accede al uso de los ordenadores del Centro Guadalinfo. Hacen uso de Internet por las mañanas, mientras sus hijos están en el colegio.

(Jordi Rico. Centro Guadalinfo de Berchules. Granada.)

Ya sea de una forma u otra la gran mayoría coincide en apuntar que el **interés** de las mujeres rurales por las TIC aumenta en la misma proporción en que lo hacen sus **conocimientos de utilización**, lo que permite corroborar su grado de utilidad. En este sentido, algunas de las personas han apuntado que las mujeres rurales, después de haber recibido clases y talleres de utilización y manejo de Internet, lo han instalado en sus propios hogares.

Las mujeres rurales empiezan a verle utilidad a las tecnologías de la información. Ya he dado clases a muchas mujeres de Fuente Palmera (y alrededores) y se interesan cada vez más por las nuevas tecnologías. Vienen al centro a menudo, leen su correo electrónico, toman sus citas del centro de salud, buscan información, todo eso a través de Internet. Después de darles un taller de utilización de Internet, varias usuarias se han instalado Internet en casa gracias al hogar digital.

(Sandrine Dinahet. Centro Guadalinfo de Fuente Palmera. Córdoba.)

Finalmente, destacar cómo muchas de las opiniones recogidas también coinciden en afirmar que el acceso a estos servicios por parte de este sector de la población ha sido posibilitado gracias a la **apertura de los diferentes Telecentros**.

La creación de los centros Guadalinfo en todos los municipios andaluces de menos de 10.000 habitantes ha sido un gran proyecto que se ha acogido con mucho interés e ilusión, dándonos la oportunidad (a las mujeres rurales) de acercarnos a las nuevas tecnologías y a ese gran mundo abierto que es Internet sin ningún tipo de discriminación por vivir en zonas rurales.

(Remedios Gui rado, Centro Guadalinfo de Tíjola, Almería)

Las mujeres rurales tienen acceso a las nuevas tecnologías gracias al Telecentro Guadalinfo y los ordenadores de la biblioteca. Todos estos centros les facilitan el acceso y conocimiento del manejo de Internet.

(María Leonor Castillo, Centro Guadalinfo de Lucar, Almería)

1.16. Perfil de las usuarias

¿Cuál es el perfil de las mujeres que acuden a su Telecentro? ¿Cuáles son las que acceden en menor medida?

Si en relación al grado de acceso se ha mostrado un abanico muy amplio de respuestas, en lo que concierne al perfil tipo de las usuarias de los Telecentros sucede un tanto de lo mismo.

La mayoría refieren a **un perfil de usuarias muy variado**, que comprende desde niñas hasta mujeres mayores, pasando por mujeres con y sin cargas familiares, desempleadas, trabajadoras, amas de casa, con y sin estudios, con y sin conocimientos informáticos, y un largo etcétera.

Usuarias en el centro hay desde niñas con 4 años hasta mayores de 83 años. En cuanto al nivel educativo estamos en las mismas: mujeres sin estudios hasta universitarias. Respecto a la situación profesional tenemos desempleadas, empleadas, pensionistas, etc.

(Antonio Miguel Carrillo. Centro Guadalinfo de Hornachuelos. Córdoba.)

Mujeres de todo tipo: Mujeres mayores de 55-65 años son las usuarias que acceden en mayor medida, con estudios básicos y sin estudios; Amas de casa jóvenes, 30-45 años, con estudios básicos y con cargas familiares; Mujeres jóvenes desempleadas 25-30, que busca su primer empleo; Jóvenes estudiantes 16-23 años.

(Elisabeth Mellado. Centro Guadalinfo de Moraleda de Zafayona. Granada.)

El punto en común en las respuestas parece estar en que acuden a los Telecentros:

→ Aquellas mujeres que poseen **más tiempo libre**:

Acceden mujeres con variedad en cuanto a las edades, las que acuden frecuentemente son las jubiladas, puesto que tienen su hora todas las semanas para ir aprendiendo. A las mujeres que trabajan y tienen hijos les es más difícil por cuestión de tiempo.

(Yolanda Ruiz. Centro Guadalinfo Dehesas de Guadix. Granada.)

Las que acceden en menor medida son aquellas que trabajan fuera de casa.

(Francisco Javier Novas. Centro Guadalinfo de Villanueva de Córdoba. Córdoba.)

→ Las que no cuentan con **equipos y conexión en el hogar**:

El menor acceso, quizá, se dé entre las personas que tienen acceso en sus casas a las nuevas tecnologías de la información.

(José Manuel González. Centro Guadalinfo de Capileira. Granada.)

Asimismo, en el análisis de los perfiles también se refleja que el tipo de uso y tareas TIC que realiza cada uno de ellos es muy similar, por ejemplo:

- **Estudiantes**, que utilizan las TIC como herramienta de apoyo a su actividad escolar o universitaria.
- **Amas de casa** para aprender a utilizar las herramientas informáticas.
- **Mujeres mayores y/o jubiladas** para realizar búsquedas de información sobre su realidad más cotidiana (información sobre el municipio, recetas de cocina, comunicación con los suyos,...)
- **Trabajadoras** para realizar búsquedas en Internet o cursos on-line.
- **Desempleadas** para buscar trabajo.
- Etc.

A mi centro acuden todo tipo de mujeres: estudiantes a realizar sus trabajos, amas de casa a aprender a utilizar Internet y el procesador de textos, universitarias a hacer sus trabajos, jubiladas a realizar búsquedas y ejercitar su memoria, sacar cita para el médico, trabajadoras para utilizar Internet. Todas en la misma medida.

(Mari Carmen Sánchez. Centro Guadalinfo de Algodonal es. Cádiz.)

1. Amas de casa. Que quieren aprender a utilizar el ordenador para ayudar a sus hijos con el ordenador, otras que tienen hijos mayores y que quieren aprender a utilizarlos para su uso personal. También hay mujeres que consideran muy importante aprender a utilizar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación hoy en día. 2. Mujeres con estudios de grado medio y superior que lo que quieren es poner al día sus conocimientos informáticos o que realizan cursos on-line. 3. Mujeres que están realizando estudios de ESO, FPI, FPII y Universitarios que utilizan Internet y las tecnologías del centro como herramienta para sus estudios. 4. Mujeres que vienen al centro a buscar informaciones puntuales en internet.

(Loli Escobar. Centro Guadalinfo de Escacena del Campo. Huelva.)

No obstante, esta cuestión vuelve a tratarse en siguientes epígrafes.

Finalmente, cabe resaltar que también se aprecia cierta pauta en los perfiles de las usuarias según los **horarios**. Pauta directamente relacionada con la compatibilidad de sus responsabilidades profesionales, familiares y domésticas:

El uso del centro por la mañana está ocupado con cursos de alfabetización digital a los que principalmente acuden mujeres extranjeras, desempleadas, amas de casa o señoras mayores de 60 años. En horarios libres, mujeres que han terminado sus estudios, tienen manejo de Internet y buscan trabajo. Por las tardes son jóvenes de 11 a 40 años, estudiantes y mujeres que trabajan por la mañana sin cargas familiares. A los cursos de la tarde las mujeres que acuden al centro trabajan por la mañana y no suelen tener cargas familiares.

(Francisco Javier Novas. Centro Guadalinfo de Villanueva de Córdoba. Córdoba.)

1.17. Elementos de motivación, desencadenantes del uso

¿Cuáles crees que son los elementos o factores que determinan un mayor acceso y utilización de las tecnologías de la información por parte de las mujeres rurales en términos de formas de aprendizaje, modos de aproximación (lenguajes y personas de 'enlace'), utilidad de los servicios y formas y lugares de acceso?

Los elementos de motivación y los desencadenantes que determinan una mayor utilización de las TIC por parte de las mujeres rurales, constituye el tercer bloque de análisis. En este caso, las opiniones manifestadas han mostrado un importante **grado de homogeneidad**.

Así, uno de los elementos de motivación más señalados ha sido el de **percibir la utilidad y ventajas** que pueden encontrar en Internet, sobre todo, aplicada a sus quehaceres y gestiones más cotidianas y diarias.

Que se pueda comprobar de modo práctico cómo les benefician las nuevas tecnologías, cómo aplicarlas en su vida diaria.

(María Leonor Castillo. Centro Guadalinfo de Lucar. Almería.)

En principio hay un desconocimiento generalizado de la población rural de qué les ofrecen las nuevas tecnologías, para qué son útiles en su vida diaria. Por lo tanto, el primer paso sería la información, qué es Internet, para qué sirve, para qué les sirve, qué ventajas tiene la administración electrónica sobre todo en el medio rural. Luego habría que ponerles a su alcance las nuevas tecnologías, ordenadores y personas que les enseñen a utilizarlos. Creo que el proyecto Guadalinfo es un buen ejemplo de modo eficaz de aproximación de las nuevas tecnologías al mundo rural.

(Isabel Álvarez. Centro Guadalinfo de Morelábor. Granada.)

El factor determinante es que encuentren en las TIC una utilidad para su vida y la de los suyos, que puedan sacar rendimiento a las TIC.

(Manuel Jesús Morgado. Centro Guadalinfo de Paymogo. Huelva.)

En relación a este último punto, muy numerosas han sido las respuestas que señalan, como desencadenante del uso, la necesidad de aprender a utilizar las TIC como medio de **acercarse y compartir con los suyos**, principalmente para sentirse útiles ayudando a sus hijos e hijas en el manejo de estas herramientas.

Su motivación principal es por sus hijos, quieren aprender para poder ayudar a sus hijos pequeños a utilizar un ordenador.

(Elisa Martín. Centro Guadalinfo de Piñar. Granada.)

Aprender cosas nuevas para sentirse útiles, de esa manera pueden ayudar a los hijos en las tareas escolares.

(Mercedes M^a López. Centro Guadalinfo de Purchena. Almería.)

El mayor desencadenante es la compra de un ordenador por motivos de necesidad del hijo/hija, con lo cual quieren aprender ellas para hacer uso del ordenador.

(Álvaro Vallejo. Centro Guadalinfo de Ardales. Málaga.)

Muy señalado también es el **acompañamiento por parte de una persona durante el proceso de aprendizaje**. Así, se cita a la figura del dinamizador/dinamizadora como persona clave que les oriente y ayude en cada momento. También se habla de cómo muchas mujeres empiezan acudir a los Telecentros cuando van acompañadas de sus hijas, amigas, etc.

Acuden al centro para aprender a utilizar las nuevas tecnologías ya que encuentran alguien que les ayuda.

(Virginia Sanzo. Centro Guadalinfo de Humilladero. Málaga.)

Principalmente la necesidad, ya sea formativa o de búsqueda de información. Para desencadenar esa necesidad tienen que conocer las posibilidades que ofrece la red, tener acceso a las tecnologías y tener a su disposición a una persona que las sepa orientar en un determinado momento, ya sea para el uso correcto del equipo informático, su usabilidad o a nivel de búsqueda de la información. Prevalciendo, en todo momento, la disponibilidad del recurso y del tutor.

(Francisco Javier Novas. Centro Guadalinfo de Villanueva de Córdoba. Córdoba)

Directamente el dinamizador, con la implicación, el acercamiento y con la evolución de todo lo que de un Centro Guadalinfo se proyecta, pues hacemos del centro no sólo un lugar de formación cotidiano sino también un lugar de encuentro.

(Rafael Carlos Romero. Centro Guadalinfo de Jabugo. Huelva.)

Muchas de ellas vienen acompañadas de usuarias más veteranas, otras de sus hijas para su primera toma de contacto con las TIC's.

(José Manuel González. Centro Guadalinfo de Capileira. Granada.)

Finalmente, otras respuestas apuntadas se han referido a la utilización de **lenguajes cercanos que ayuden a superar la tecnofobia**. Se ha mencionado que el lenguaje en los procesos de aproximación ha de ser lo más sencillo posible para facilitar el aprendizaje y animar en el uso. El lenguaje normalizado, desprovisto de la retórica tecnológica, es fundamental para que las mujeres se acerquen cómodas a las TIC.

Disponer de un lugar adecuado, con los recursos necesarios y en un lugar estratégico, para acceder a las TIC (centros Guadalinfo o Centros TIC de acceso público y gratuito); Dinamizador o persona que motive a estos colectivos en la utilización de las mismas y proponga actividades que estimulen y cubran las necesidades de estos colectivos; Utilizar un lenguaje claro y accesible para todas.

(Elisabeth Mellado. Centro Guadalinfo de Moraleda de Zafayona. Granada)

El lenguaje a utilizar con ellas debe de ser claro y sencillo, no puede contener palabras muy rebuscadas, hay que adaptarse a un lenguaje muy coloquial.

(Ana Isabel Jiménez. Centro Guadalinfo de Villanueva del Rosario. Málaga.)

1.18. Modos de utilización

¿Qué tipo de utilización hacen de Internet según los diversos perfiles de usuarias?

La forma en que las mujeres de los diferentes Telecentros hacen uso de las TIC **depende**, en gran medida, **de sus perfiles**.

La búsqueda de información es el atractivo más común de todas las usuarias. Una vez existe un cierto dominio en el manejo de Internet, las preferencias varían dependiendo de la edad, el nivel educativo y el socioeconómico.

(Isabel Álvarez. Centro Guadalinfo de Morelabor. Granada.)

Como ya se ha adelantado en un epígrafe anterior, se puede concluir que, en función de los perfiles, el uso varía considerablemente. Así, por ejemplo, en relación a la edad los principales usos serían:

- Las **adolescentes** utilizan Internet y las nuevas tecnologías, básicamente, para comunicarse con sus amistades, para ver su correo y, en un alto porcentaje, para chatear. Aunque también se hace referencia al uso de Internet como apoyo en la realización de las tareas escolares o universitarias.
- Por otro lado, las mujeres con edades comprendidas entre los **25 y 35 años**, lo utilizan, sobre todo, para formarse e informarse acerca de aspectos importantes en su situación (búsqueda de empleo, elaboración de CV, ayudas económicas, etc.).
- Las mujeres de **edad media** lo utilizan para realizar búsquedas de todo tipo y son, junto al grupo anterior, las que más utilizan Internet para la contratación de servicios (billetes de avión, hoteles, etc.) y para la compra on-line.
- Y las de **mayor edad** lo utilizan, especialmente, para comunicarse con sus familiares, realizar búsquedas sencillas, para la formación lúdica e información sobre aspectos cotidianos y cercanos.

Formación lúdica, las mayores de 55 años; Formación y búsqueda de información, trabajadoras que tratan de mejorar su *curriculum* y mujeres desempleadas. Información, universitarias buscando oposiciones o desempleadas en búsqueda de empleo; Comunicación población inmigrante y jóvenes.

(Francisco Javier Novas. Centro Guadalinfo de Villanueva de Córdoba. Córdoba.)

La utilización de Internet, varía según las edades: las más jóvenes, usan Chat, correo electrónico, MSN. Las de mediana edad, MSN, correo, y son en mayoría las que acceden a la compra vía Internet (sobre todo la compra de billetes de transportes). Las mujeres de una edad más avanzada, en su mayoría usan Internet para la búsqueda de manualidades, dibujos, y temas relacionados con sus hobbies. También, una parte de ellas, usa Internet para mantener relaciones con sus familiares más lejanos. A la hora de la formación, no hay distinción de edades. Todas lo usan cuando es necesario. El único punto que aún no usan es para la utilización de gestiones administrativas.

(Ana Isabel Jiménez. Centro Guadalinfo de Villanueva del Rosario. Málaga)

Mujer Mayor: Sobre todo comunicación a través de mensajería con familiares, información sobre temas de interés: viajes culturales, cocina, hobbies e información sobre la provincia (visita de webs de municipios, etc), su Comunidad Autónoma....
Mujer Joven: Información sobre cursos, teleformación. **Estudiantes:** Resolver dudas y problemas académicos, realizar trabajos escolares y mensajería/chat.

(Elisabeth Mellado. Centro Guadalinfo de Moraleda de Zafayona. Granada.)

Si son usuarias de entre 45 y 50 años lo usan para comunicarse con sus hijos/hijas. Si son usuarias de entre 25 y 30 años lo usan para mirar bolsas de trabajo, buscar empleo, hacer cursos on-line, o prepararse oposiciones. Si son usuarias de entre unos 35 años hasta los 45, lo usan como formación para ellas y para la búsqueda de información y el correo electrónico.

(Aurora Fernández. Centro Guadalinfo de Puebla de Don Fabrique. Granada.)

Amas de casa: búsqueda de información, comunicación, gestiones administrativas. **Mujeres trabajadoras sin estudios:** búsqueda de información, comunicación y gestiones administrativas, ocio. **Mujeres trabajadoras con estudios:** búsqueda de información, comunicación y gestiones administrativas, formación on-line, ocio. **Mujeres desempleadas con o sin estudios:** búsqueda de información, búsqueda de empleo, e-mail, messenger, formación on-line. **Estudiantes de diferentes niveles:** búsqueda de información, realización de trabajos a través de los procesadores de texto, formación on-line.

(Loli Escobar. Centro Guadalinfo de Escacena del Campo. Huelva.)

No obstante, e independientemente de los perfiles concretos, existen tres usos que son comunes a todo tipo de edad y situación: **la información, la comunicación y la formación.**

Buscar información, comunicación, compras por Internet, formación, búsqueda de empleo,...

(Mercedes María López. Centro Guadalinfo de Purchena. Almería.)

Por el contrario, el **uso menos empleado** es de las gestiones administrativas o relacionadas con la e-administración.

Lo que menos utilizan es la e- administración, quizá por el desconocimiento que se tiene en las zonas rurales sobre esta interesantísima herramienta de trabajo.

(Antonio Miguel Carrillo. Centro Guadalinfo de Hornachuelos. Córdoba.)

1.19. Áreas temáticas de interés

¿Cuáles son las áreas temáticas preferentes en el uso de Internet? (cuestiones relacionadas con el empleo, la familia, el ocio, la formación,...)

Las áreas temáticas de interés de las mujeres usuarias de los Telecentros son variadas. Una vez más, las preferencias dependen de sus perfiles, aunque en líneas generales las más señaladas han sido:

→ **Ocio** (viajes, noticias, recetas,...)

La mayoría lo usan como ocio, las más jóvenes como formación, ocio y empleo (esta última en menor medida).

(Yolanda Ruiz. Centro Guadalinfo Dehesas de Guadix. Granada.)

→ **Formación** (cursos, oposiciones,...)

La formación, la búsqueda de información y en menor medida, la búsqueda de empleo.

(José Luis Martín. Centro Guadalinfo de Churriana de la Vega. Granada.)

→ **Empleo** (búsqueda de trabajo, realización de CV, ...)

Las áreas fundamentales son empleo (cursos con Andalucía orienta), que realizamos con cada grupo de mujeres que realizan los cursos, donde les enseñamos a hacer su curriculum vitae y a explicarles la oferta y la demanda de trabajo, fundamentalmente en la comarca. Y, por supuesto, el ocio (e-mail, messenger, foros etc).

(Remedios Guirado. Centro Guadalinfo de Tijola. Almería.)

Depende de la persona y el nivel de estudios, pero sobre todo el ocio, la formación y la búsqueda de empleo se llevan la palma.

(José Derick. Centro Guadalinfo Sierra de Yeguas. Málaga.)

→ **Comunicación** (correo electrónico, Messenger, Chat,...)

Normalmente ocio, trabajo y comunicación.

(María Leonor Castillo. Centro Guadalinfo de Lúcar. Almería.)

→ **Información** (temas de salud, educación, etc.)

El área que más les interesa es el entretenimiento de buscar información.

(María Carmen Sánchez. Centro Guadalinfo de Algodonales. Cádiz.)

Información de interés personal.

(Ana Cano. Centro Guadalinfo de Fonelas. Granada)

→ **Familia**, una de las áreas de interés más señaladas.

Cuestiones relacionadas con la familia y el ocio, como la búsqueda de recetas de cocina, consejos para las tareas del hogar, visitas virtuales por museos, etc.

(Eduardo Aranda. Centro Guadalinfo de Marchal. Granada.)

Los temas más frecuentados son ocio y familia.

(Elisa Martín. Centro Guadalinfo de Piñar. Granada.)

1. 20. Barreras de acceso y utilización

¿Cuáles crees que son las barreras que limitan el acceso y utilización de las tecnologías de la información por parte de estas mujeres?

Otra de las cuestiones analizadas han sido las posibles barreras existentes para la utilización y el acceso a las TIC por parte de las mujeres rurales.

Según las opiniones manifestadas, una de las principales barreras existentes es el **desconocimiento de la utilidad** que estas herramientas les suponen en su vida diaria. La falta de percepción de las ventajas y servicios que estos servicios les pueden ofrecer actúa como un elemento clave de desmotivación y desinterés. Se perciben las TIC como algo ajeno a ellas y sin aplicación a sus necesidades o demandas reales.

El factor más influyente es la falta de percepción de las ventajas del uso de las TIC, ya que nunca saben qué hacer con estas tecnologías. El dinamizador siempre tiene que realizar multitud de propuestas para que busquen por Internet algún tipo de tema de interés. Casi nunca tienen iniciativa propia para buscar información por la red.

(Eduardo Aranda. Centro Guadalinfo de Marchal. Granada.)

La mayor barrera que yo encuentro como dinamizadora es la de que desconocen las ventajas que puede tener el uso de las TIC y la de que piensan que a ellas no les hace falta. También hay un poco de tecnofobia. En definitiva, desconocen todo lo que la red ofrece y, cuando lo ven, entonces comienzan a motivarse un poco.

(Aurora Fernández. Centro Guadalinfo de Puebla de Don Fabrique. Granada.)

Creo que las barreras más grandes son la complejidad en el manejo, el coste y la calidad de la conexión, entre otras. Pero aún es mayor barrera el poco conocimiento de los servicios que te ofrecen las TIC.

(Álvaro Vallejo. Centro Guadalinfo de Ardales. Málaga.)

Entre las más jóvenes, las barreras son casi inexistentes. Entre las de más edad, en mi opinión, la mayor barrera es la desmotivación: no encuentran ningún motivo para conectarse. Si quieren saber de salud, ven la tele o leen revistas, y son más tradicionales, les cuesta muchísimo cambiar de hábitos. Les da miedo la novedad, y prefieren seguir con sus costumbres, aunque sean menos ventajosas.

(Mariana Mena. Centro Guadalinfo de Pujerra. Málaga.)

Otra de las barreras más apuntadas se refiere a la **'tecnofobia'**, considerada desde una doble vertiente: la percepción de que no poseen las suficientes capacidades para aprender a manejar las TIC -es decir, **infravaloración de las propias capacidades-** y, relacionado con ello, la **complejidad** que encuentran en el uso de las mismas. La tecnofobia está muy relacionada, opinan, con el miedo al fracaso y al ridículo.

Algunas mujeres piensan que son incapaces y que el integrarse en las nuevas tecnologías no les sirve para nada y nunca se adaptarán a ellas.

(Yolanda Ruiz. Centro Guadalinfo Dehesas de Guadix. Granada.)

Creo que es la tecnofobia, unido a las cargas familiares y de trabajo.

(Elsa Valenzuela. Centro Guadalinfo de Turon. Granada)

Si, esto es. En principio vienen con la predisposición de que no saben de esto, para qué es. Tienen miedo a hacer el ridículo, no saben cómo coger el ratón, no tienen pulso para mantenerlo, dicen que esto a ellas les queda fuera de lugar: *“ya tenemos bastante, si casi no sé poner una película en el video,... y ahora, ¿esto?”*. Pero al mismo tiempo, tienen una curiosidad que va creciendo, gracias a su difusión: por parte de la TV, de sus familiares, compañeros y como dinamizadora mis estrategias para “captarlas”, dentro del Telecentro, fuera, en el mercado, tomando un café...Las convoco para que vengan a descubrir este nuevo mundo.

(Sara Mora. Telecentro de Gavarda. Valencia.)

El factor principal es la tecnofobia, las mujeres (y en general cualquier persona que viene a los cursos formativos) lo hacen con miedo, después de varios días siempre se oye la frase “yo creía que esto era más difícil”.

(Antonio Miguel Carrillo. Centro Guadalinfo de Hornachuelos. Córdoba.)

Como principal problema está el desconocimiento y el “miedo” ante las nuevas tecnologías, ante un mundo para ellas desconocido. El creer que van a fracasar y no van a ser capaces de aprender, ya que consideran que es difícil la utilización de las nuevas tecnologías con su bajo nivel cultural. Desconocen qué ventajas tiene el uso de las nuevas tecnologías y en qué les beneficia para su vida cotidiana.

(Elisabeth Mellado. Centro Guadalinfo de Moraleda de Zafayona. Granada.)

La **falta de tiempo** ha sido otro de los factores identificados por la mayoría. Trabajen fuera de casa o no, todas las mujeres hacen alusión a su falta de tiempo por tener que hacerse cargo de las responsabilidades familiares y domésticas.

También cabría señalar que muchas de estas mujeres no sólo se tienen que hacer cargo de sus consortes e hijos, sino también de sus mayores, como tradicionalmente lo han hecho, y una de las razones que dan es la falta de tiempo.

(José Manuel González. Centro Guadalinfo de Capileira. Granada).

Tecnofobia y falta de tiempo para realizar los cursos por las excesivas obligaciones y cargas familiares en algunos casos.

(Loli Escobar. Centro Guadalinfo de Escacena del Campo. Huelva).

La principal barrera es la falta de tiempo, ya que la gran mayoría de ellas son amas de casa, trabajen o no trabajen fuera de su casa.

(Manuel Jesús Morgado. Centro Guadalinfo de Paymogo, Huelva).

La principal barrera con la que se encuentran las mujeres es el tiempo. Muchas me comentan que si no están en un curso es porque no tienen tiempo para venir al centro, no lo encuentran. A lo mejor necesitan hacer algo en Internet, pero por su dinámica prefieren que otra persona con más conocimientos busque lo que ellas necesitan.

(Francisco Javier Novas. Centro Guadalinfo de Villanueva de Córdoba. Córdoba.)

Las mayores barreras son la tecnofobia y la falta de tiempo para realizar los cursos por las excesivas obligaciones y cargas familiares.

(Loli Escobar. Centro Guadalinfo de Escacena del Campo. Huelva.)

Complementariamente a estas barreras son numerosas las respuestas que aluden al **coste elevado de la tecnología**, tanto de equipos como de conexión a Internet. En este sentido, se hace mención a la manera en que los Telecentros están ayudando a acercar las TIC a las poblaciones rurales, al ofrecer equipos y conexiones de manera gratuita.

Primero está el desconocimiento y después lo caro que sale conectarse a Internet. Mientras tengamos tarifas de teléfono tan altas, las TIC no serán de uso habitual. Y es que, 40 € todos los meses, echa para atrás a cualquiera.

(José Derick Cuesta. Centro Guadalinfo de Sierra de Yeguas. Málaga).

Otra barrera es la falta de espacios públicos para la conexión a Internet. En el entorno rural la mayoría de las personas se dedican al campo y es comprensible que les parezca caro la adquisición de un ordenador y pagar 62 € por una conexión a Internet de 1 MB.

(Antonio Miguel Carrillo. Centro Guadalinfo de Hornachuelos. Córdoba).

En mi municipio aún hay muchísimas familias que no disponen de Internet en casa por resultar muy costoso. Pero ahora contamos con centros públicos con conexión a Internet de banda ancha que son totalmente gratuitos. El acceso a las TIC hoy es mucho más fácil y sencillo que hace unos años, gracias a iniciativas como los Centros Guadalinfo.

(Remedios Guiado. Centro Guadalinfo de Tijola. Almería.)

1.21. Propuestas para aumentar y mejorar el uso de las TIC

¿Qué medidas habrían de ponerse en marcha para aumentar y mejorar el uso de las TIC por parte de las mujeres rurales?

Las propuestas realizadas para mejorar el acceso y uso de las TIC por parte de las mujeres rurales están relacionadas, como es lógico, con el tipo de barreras apuntadas en el apartado anterior.

La primera propuesta que se realiza es aumentar la **información de cómo las TIC pueden serles útiles**, principalmente mostrando las aplicaciones y los servicios disponibles para mejorar sus tareas y vida cotidiana.

Fomentar la aplicación práctica de los conceptos que se explican teóricamente, que puedan comprobar cómo les benefician y les ayudan las nuevas tecnologías en su vida cotidiana.

(María Leonor Castillo. Centro Guadalinfo de Lúcar. Almería.)

Inculcarles que el uso de estas TIC's no es una pérdida de tiempo sino que les ayudará a resolver problemas y cuestiones sin tener que desplazarse de su domicilio o de su localidad. Mostrarles la infinidad de oportunidades que pueden encontrar en ellas tanto en información, formación, trámites con la administración, etc.

(José Manuel González. Centro Guadalinfo de Capileira. Córdoba.)

Campañas de información y sensibilización sobre el uso de las TIC que llegasen a estas mujeres y que les mostraran las ventajas del uso de las mismas.

(José Luís Martín. Centro Guadalinfo de Churriana de la Vega. Granada.)

Motivar para el uso de las TIC mostrando en qué les ayuda para su vida diaria (estimulación de la memoria, "salir de la rutina" con los consiguientes beneficios psicológicos, mejorar su formación, etc.).

(Elisabeth Mellado. Centro Guadalinfo de Moraleda de Zafayona. Granada.)

Por su parte, para superar la 'tecnofobia', se proponen medidas tendentes tanto a **aumentar la autoestima** y consideración de las propias capacidades de estas mujeres, como a generar **herramientas, tutoriales y sistemas, más intuitivos y sencillos** en su manejo.

Por mi experiencia observo que la mujer, en general, no se valora lo suficiente. Me dicen "yo soy muy torpe para estas cosas, se me ha pasado ya la edad, tengo mucho lío con los niños, la casa, el marido etc." Con lo cual, tenemos que enseñarles a valorarse, a decirles que cada una de ellas es única, que puede hacer lo que se proponga, que es cuestión de voluntad.

(Remedios Guirado. Centro Guadalinfo de Tijola. Almería.)

Deberían crearse repositorios de páginas Web de interés común para las mujeres, donde dichas páginas sean de fácil uso sin mucha publicidad y bastante intuitivas de utilizar.

(Eduardo Aranda. Centro Guadalinfo de Marchal. Granada.)

Creación de Sistemas operativos guiados para su fácil utilización con asistentes intuitivos.

(Jordi Rico. Centro Guadalinfo Bérchules. Granada).

En tercer lugar, se da un consenso generalizado sobre la importancia de **reducir los costes de las tecnologías** o, en su lugar, favorecer la concesión de ayudas y subvenciones para la compra del equipamiento y acceso a Internet.

Más ayudas para financiar tanto el hardware como el software y la conexión a Internet. Si todas tuvieran ordenador y conexión vendrían más al centro motivadas por algunas consultas o dudas o por la necesidad de aprender.

(Elisa Martín. Centro Guadalinfo de Piñar. Granada).

Ayudas en la adquisición de equipos, disminuir el coste de la conexión y aumentar su calidad y sobre todo, hacer talleres de incentivación y conocimiento de los servicios que nos pueden dar las TIC.

(Álvaro Vallejo. Centro Guadalinfo de Ardales. Málaga.)

Pero esta cuestión está, al mismo tiempo, muy ligada a la mejora de la **calidad del servicio**, en relación a la cual se demanda, entre otras cosas, mayor accesibilidad a red de banda ancha.

Mayor accesibilidad a Internet, en concreto a la banda ancha y accesibilidad a redes wifi.

(Rafael Carlos Romero. Centro Guadalinfo de Jabugo. Huelva.)

Ampliación del ancho de banda en las zonas rurales para una gestión de Internet más rápida con el fin de agilizar sus necesidades.

(Jordi Rico. Centro Guadalinfo Bérchules. Granada).

También han sido varias las propuestas dirigidas a organizar y aumentar el desarrollo de **cursos adecuados a las necesidades** específicas de este sector de población.

Cursos que se adapten a sus necesidades y nivel de conocimiento de las TIC.

(Francisco Manuel Castro. Centro Guadalinfo de Güéjar Sierra. Granada.)

Realizar más cursos de formación o actividades para ellas, a través de asociaciones, con una temática especializada.

(Manuel Jesús Morgado. Centro Guadalinfo de Paymogo. Huelva.)

Bajar el coste de la banda ancha y muchos más cursos de formación.

(José Derick Cuesta. Centro Guadalinfo Sierra de Yeguas. Málaga.)

Y cómo no, las medidas dirigidas a facilitar a las mujeres un mayor **tiempo libre**, han formado parte, asimismo, de las propuestas.

Creación de guarderías para que puedan tener mayor tiempo de acceso con mayor tranquilidad.

(Susana Peralta. Centro Guadalinfo de Alpujarra de la Sierra. Granada.)

Montaje de guarderías, para disponer de tiempo.

(Jordi Rico. Centro Guadalinfo Bérchules. Granada.)

Apertura de guarderías para poder dejar a sus hijos y así tener más tiempo para dedicar a las TIC.

(Montserrat Arcas. Telecentro Salto del Negro. Málaga.)

Finalmente, en casi todas las encuestas se refieren a los **Telecentros** como una medida que ha fomentado enormemente el uso de las TIC en las zonas rurales. De hecho, sugieren la continuidad de estos Telecentros como medida indispensable para seguir avanzando en este objetivo.

La implantación de los Centros Guadalinfo ha sido una buenísima medida que aumenta y mejora el acceso a la TIC de las mujeres rurales, por lo que serían necesarias medidas tendentes a la ampliación, difusión y continuidad de este proyecto.

(Isabel Álvarez. Centro Guadalinfo Morel ábor. Granada.)

1. 22. En resumen

- Respecto al grado de **acceso y utilización de las TIC** –en este caso Telecentros- por parte de las mujeres rurales las **respuestas han sido muy variadas**: en algunas se afirma que son más las mujeres que los hombres quienes acceden a los Telecentros, mientras que en otras se mantiene lo contrario. Probablemente ello dependa, además de determinados factores sociodemográficos y económicos (tamaño del municipio, nivel educativo de sus habitantes, especialización productiva del territorio), del grado de dinamismo cultural de las poblaciones (asociacionismo, participación en la vida local) y del impulso que realicen los propios Telecentros para lograr el acercamiento de las mujeres, aplicando acciones positivas en esa dirección.
- Existe, sin embargo, cierto consenso en considerar **la menor edad**, la **existencia de talleres y cursos específicos para las mujeres** y la falta de **responsabilidades familiares** como factores que incentivan el acceso y uso de los Telecentros entre las mujeres rurales.
- El **perfil de las usuarias** que acuden a los Telecentros es **bastante heterogéneo**. A ellos acuden una amplia variedad de mujeres: estudiantes, amas de casa, jubiladas, trabajadoras, desempleadas,.... No obstante, el perfil más común se corresponde con las mujeres que disponen de **mayor tiempo libre**. El análisis de los perfiles también refleja que el tipo de uso y tareas TIC que realiza cada uno de ellos es muy similar (estudiantes como herramienta de apoyo escolar, mujeres mayores para información y comunicación con los suyos, mujeres trabajadoras para realizar cursos on-line, etc.)
- Tanto la **necesidad de aprender** a utilizar las TIC como medio para acercarse y compartir con los suyos como la **percepción de la utilidad y las ventajas** en el uso de estas herramientas, constituyen algunos de los **desencadenantes** que determinan una mayor utilización de las TIC por parte de las mujeres rurales. La utilización de un **lenguaje sencillo** en el proceso de aprendizaje y el **acompañamiento por una persona** durante este proceso (familiar, tutor/tutora, dinamizador/dinamizadora,...), son igualmente considerados.
- Los usos y modos de utilización que este sector de la población hace de las TIC depende, en gran medida, del perfil de la usuaria en concreto. Sin embargo, **la**

información, la comunicación y la formación son comunes a todas ellas. Por el contrario, el uso menos referido ha sido la **e-administración**.

- Igualmente, existen **áreas temáticas comunes a todo tipo de perfiles**. Ocio, formación, búsqueda de empleo, comunicación, información y cuestiones relacionadas con la familia, son los ámbitos más destacados.
- El **desconocimiento de la utilidad** que las TIC pueden llegar a tener en la vida diaria de estas mujeres, así como la **percepción de la dificultad de su aprendizaje** ('tecnofobia'), son dos de los elementos que más limitan su acceso y la utilización. Asimismo, a estas barreras se unen factores como **la falta de tiempo** y el **elevado coste** de los equipamientos y conexiones.
- Las **propuestas** señaladas para aumentar y mejorar el uso de las TIC están relacionadas, como es lógico, con las limitaciones y las barreras percibidas. Así, la **reducción de los costes** y la **mejora del servicio**, las medidas encaminadas a **aumentar la información** sobre la utilidad de estas herramientas aplicadas a la vida diaria (Internet de proximidad), el fortalecimiento de la **autoestima** de estas mujeres y de sus **potenciales capacidades**, y una **mayor oferta de cursos** adaptados a sus necesidades, son algunas de las más destacadas.
- Finalmente, los **Telecentros** son considerados como una de las formas más adecuadas de acercar las tecnologías a la población de las zonas rurales. Sin embargo, para seguir avanzando en este objetivo, los centros deben tener en cuenta las limitaciones específicas de este sector de la población proporcionando para ello las **medidas** adecuadas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Reflejo del análisis realizado a lo largo de estas páginas, queda de manifiesto que en materia de acceso y uso de las tecnologías de la información existen importantes **diferencias por sexo**.

El **sexo**, unido a otras variables -en este caso el **tamaño de hábitat**- sitúan a las mujeres que residen en los hábitats de menor tamaño como uno de los colectivos con un nivel de acceso y utilización de las TIC más reducido.

Si bien en estos hábitats –inferiores a 10.000 habitantes o “rurales”- son donde las distancias entre hombres y mujeres se acortan, también es cierto que el uso de las TIC está más extendido entre las mujeres de las grandes urbes que entre las de entornos rurales.

Dichas diferencias contrastadas –por sexo, por tamaño de hábitat- se reflejan sobre los diversos componentes que determinan el posicionamiento frente a la Sociedad de la Información y que podrían agruparse en: **acceso, formas de aprendizaje, nivel de conocimientos informáticos y modalidades de uso**.

En cuestión de **acceso**, como se decía, parece evidente que las mujeres del ámbito rural acceden en menor medida que los hombres y que las mujeres de otros tamaños de hábitat, aunque las circunstancias que limitan este acceso apuntan a que podrían ser generalizables a mujeres de cualquier tipo de entorno.

La **tecnofobia**, la **escasa visibilidad de las ventajas** que el uso de las TIC puede aportarles y la **falta de tiempo**, son tres factores de los más señalados como elementos desincentivadores a la hora de acceder al uso de un ordenador o de Internet por parte de las mujeres rurales.

La **tecnofobia**, una barrera “psicológica” que está estrechamente relacionada con la percepción que las mujeres poseen de sus propias capacidades y con los lenguajes de la tecnología, que actúan como poderosas barreras de acceso. La **escasa visibilidad** de lo que las TIC pueden ofrecer a las mujeres, ante un enfoque de comunicación más orientado a mostrar las virtudes de las tecnologías que el para qué de las mismas, sobre todo vinculadas a servicios y contenidos de la cotidianidad o lo que podría denominarse un “Internet de proximidad”. Y la **falta de tiempo**, factor casi universal que priva a las mujeres –en su condición de responsables de las tareas domésticas y familiares- de disfrutar de los espacios públicos y personales en las mismas condiciones que los hombres. Tres elementos desincentivadores que parecen darse de manera más acentuada entre las mujeres de los entornos rurales y a los que se unen, además, condicionantes tecnológicos en estas zonas tales a **conexiones “lentas” a Internet y costes elevados de la tecnología**.

Se decía que, más allá del acceso, las **formas de primera aproximación** a las TIC también varían entre mujeres y hombres. Mientras que entre los **hombres** parece más generalizado el **aprendizaje de tipo informal** (aprendizaje por su cuenta, aprendizaje a través de otras personas,...) entre las **mujeres** la tendencia es que esta acercamiento se produzca mediante

formación “organizada”. Una de las mayores demandas por parte de las mujeres es, en este sentido, “formación adaptada a sus necesidades”. Al respecto, la figura de una **persona que acompañe en el proceso de aprendizaje** (ya sea un familiar, un tutor o tutora, un dinamizador o dinamizadora,...) se constituye en pieza clave. Y estas cuestiones son determinantes tenerlas en cuenta a la hora de impulsar cualquier medida tendente a superar esas “primeras brechas de acceso”.

El **nivel de conocimientos informáticos** también influye, ya no en el acceso, si no en el grado de utilidad e intensidad con que hombres y mujeres hacen uso de las TIC. Se ha visto cómo, a medida que aumente la complejidad de la tarea informática (resolver problemas informáticos, conectar periféricos, compartir ficheros,...), el porcentaje de mujeres que la realizan desciende respecto a los hombres, más aún en los hábitats de menor tamaño. La **brecha de género** ya no sólo tiene que ver con cuántos hombres y cuántas mujeres utilizan las TIC, si no también con el **nivel de aprovechamiento** que pueden sacar de ellas.

Finalmente, las **modalidades de uso** son, asimismo, distintas entre hombres y mujeres. Si, tal y como ha quedado reflejado en el análisis cualitativo, estas modalidades varían en función de variables como la edad o la situación frente al empleo (no hace el mismo uso una estudiante que una mujer desempleada o que una mujer de edad avanzada, por poner tres ejemplos); existe una tendencia generalizada a que el uso en las **mujeres sea de tipo “aplicado”** (las TIC para mejorar el empleo, la salud, la familia, la formación,...) y en los **hombres** de carácter de **ocio o tecnológico** (las TIC para leer prensa, navegar, descargar programas,...). Esta diferencia en el uso ha de ser considerada a la hora de generar nuevos servicios y contenidos y, fundamentalmente, a la hora de comunicarlos y visibilizarlos.

Pues bien, si ésta es, a grandes líneas, la situación diagnosticada, ¿qué **medidas** podrían ser impulsadas para apoyar la plena integración de las mujeres rurales en la Sociedad de la Información?

Parece evidente que la primera y fundamental habrá de dirigirse a **salvar las brechas de acceso**, interviniendo sobre aquellas mujeres que aún no utilizan las TIC. Así, delimitadas las barreras que intervienen sobre este hecho, las medidas habrían de centrarse en:

- **Superar la tecnofobia**, desde su doble vertiente: a) promoviendo actuaciones encaminadas a mejorar la autopercepción de las mujeres sobre sus propias capacidades para un uso eficiente de Internet, reforzando el pensamiento positivo sobre su valía (“yo puedo”, “yo valgo”, “yo sé”...); b) procurando lenguajes más cercanos y comprensibles en lo relativo a las tecnologías, donde subyaga el mensaje de que la “tecnología es fácil”.
- **Visibilizar las ventajas** que el ordenador e Internet puede aportar a las mujeres, con ejemplos y utilidades concretas, sobre todo de aquellas más cercanas a sus quehaceres diarios y necesidades más cotidianas (salud, familia, formación, empleo,...).

- **Organizar y diseñar formación específica**, “adaptada a sus necesidades”, teniendo en cuenta las premisas anteriores (fomento de la autovaloración, usos de lenguajes sencillos y visibilización de utilidades concretas de las TIC), además de la presencia de una persona de “confianza” que acompañe y tutorice todo el proceso de aprendizaje.

En segundo lugar, y para **salvar las brechas de uso**, entre las mujeres que ya están incorporadas a la Sociedad de la Información, deberían estimularse medidas dirigidas a:

- **Dotar de un nivel de conocimientos más avanzados** a estas mujeres usuarias, de manera que no encuentren limitaciones en el uso de las TIC y puedan sacarles el máximo provecho.
- **Generar contenidos y servicios en la red** capaces de dar respuesta al uso “aplicado” que hacen de las TIC a temas concretos como la educación, el empleo, la familia, la salud, el ocio, etc., desde esa perspectiva de un “Internet de proximidad”.

Vinculado a brechas de acceso y de uso, ha de considerarse **el factor tiempo y de conciliación** de la vida personal y profesional de estas mujeres y, aquí, lo esencial –además de articular medidas que mejoren la conciliación- es mostrar a **las TIC como aliadas que hacen ganar tiempo**, y no al contrario.

Finalmente, también de manera transversal para combatir cualquier tipo de brecha, han de preverse medidas dirigidas a **mejorar la calidad de las TIC en las zonas rurales** (conexiones a Internet más rápidas) **y a reducir su precio** (de conexión y de equipos). Al respecto, estudios en la materia sostienen la idoneidad de promover acciones positivas que favorezcan a las mujeres en la adquisición de equipos informáticos porque, aunque en el presente estudio no se haya manifestado, parece existir cierta apropiación de dichos equipos por parte de los hijos, maridos,..., antes que por parte de las mujeres.

Desde el proyecto **CONTIGO SI - Mujeres rurales en la Sociedad de la Información** esperamos contribuir al impulso de todo este tipo de medidas, y con este objetivo seguiremos trabajando.

ANEXOS

Anexo 1: Listado de personas participantes en el grupo de trabajo

- **Maria Dolores Ariza.** Grupo de Desarrollo Rural de la Mancomunidad de Sierra Morena Cordobesa.
- **Ascensión Ortega.** Grupo de Desarrollo Rural de la Mancomunidad De Guadajoz.
- **Belén Sánchez.** Grupo de Desarrollo Rural de la Mancomunidad de Campiña Sur.
- **Victoria Vicario.** Grupo de Desarrollo Rural de la Mancomunidad de Los Pedroches.
- **Cristina Bergillos Abras.** Grupo de Desarrollo Rural de la Mancomunidad de la Subbetica Cordobesa.

Anexo 2: Características básicas de los municipios representados en el grupo de trabajo

Nº HABITANTES Y DENSIDAD DE POBLACIÓN DE LAS MANCOMUNIDADES PARTICIPANTES

Mancomunidad	Municipio	Población	Densidad (Hab/Km2)
Sierra Morena Cordobesa	14001 Adamuz	4.476	13,37
	14026 Espiel	2.422	5,54
	14036 Hornachuelos	4.662	5,13
	14043 Montoro	9.690	16,53
	14047 Obejo	1.791	8,34
	14068 Villaharta	687	57,43
	14071 Villanueva del Rey	1.224	5,67
	14073 Villaviciosa de Córdoba	3.601	7,68
Guadajoz	14007 Baena	20.507	56,57
	14019 Castro del Río	8.074	36,71
	14025 Espejo	3.749	66,19
	14046 Nueva Carteya	5.566	80,45
	14063 Valenzuela	1.364	70,67
Campiña Sur	14002 Aguilar de la Frontera	13.657	82,03
	14027 Fernán-Núñez	9.502	318,87
	14040 Montalbán de Córdoba	4.621	137,3
	14041 Montemayor	3.936	67,88
	14042 Montilla	23.574	139,9
	14044 Monturque	2.001	60,95
	14045 Moriles	3.884	198,74
	14056 Puente Genil	28.639	167,43
	14057 Rambla (La)	7.410	54,64
	14059 San Sebastián de los Ballesteros	836	70,59
	14060 Santaella	6.002	22,1
Los Pedroches	14003 Alcaracejos	1.485	8,46
	14006 Añora	1.534	13,63
	14008 Belalcázar	3.567	10,02
	14016 Cardena	1.750	3,41
	14020 Conquista	486	12,61
	14023 Dos Torres	2.592	20,08
	14028 Fuente la Lancha	415	53

Mancomunidad	Municipio	Población	Densidad (Hab/Km2)
	14034 Guijo (El)	404	6
	14035 Hinojosa del Duque	7.546	14,2
	14051 Pedroche	1.677	13,79
	14054 Pozoblanco	17.219	52,19
	14061 Santa Eufemia	998	5,33
	14062 Torrecampo	1.320	6,72
	14069 Villanueva de Córdoba	9.800	22,82
	14070 Villanueva del Duque	1.666	12,1
	14072 Villaralto	1.350	56,09
	14074 Viso (El)	2.849	11,2
Subbética Cordobesa	14004 Almedinilla	2.536	45,68
	14010 Benamejí	5.072	95,08
	14013 Cabra	20.935	91,38
	14015 Carcabuey	2.775	34,8
	14022 Doña Mencía	5.001	329,08
	14024 Encinas Reales	2.425	70,88
	14031 Fuente-Tójar	795	33,6
	14037 Iznájar	4.865	35,68
	14038 Lucena	40.143	114,34
	14039 Luque	3.293	23,39
	14048 Palenciana	1.584	98,19
	14055 Priego de Córdoba	23.087	80,09
	14058 Rute	10.309	77,86
	14075 Zuheros	821	19,4

Fuente: INE. Entorno Físico. Territorio. Densidad de población por municipios. Año 2006.

Anexo 3: Estado de personas que han respondido el cuestionario

- **Isabel Álvarez Ramírez.** Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Morelábor (Granada).
- **Eduardo Aranda Martínez.** Dinamizador del Centro Guadalinfo de Marchal (Granada).
- **Montserrat Arcas Palacios.** Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Salto del Negro (Málaga).
- **Ana Cano Alonso.** Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Fonelas (Granada).
- **Antonio Miguel Carrillo Pérez.** Dinamizador del Centro Guadalinfo de Hornachuelos (Córdoba)
- **María Leonor Castillo Resina.** Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Lúcar (Almería).
- **Francisco Manuel Castro Serrano.** Dinamizador del Centro Guadalinfo de Güéjar Sierra (Granada).
- **José Derik Cuesta González.** Dinamizador del Centro Guadalinfo de Sierra de Yeguas (Málaga).

- **Sandrine Dinahet**. Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Fuente Palmera (Córdoba).
- **Loli Escobar Hidalgo**. Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Escacena del Campo (Huelva).
- **José Manuel González García**. Dinamizador del Centro Guadalinfo de Capileira (Granada).
- **Remedios Guirado López**. Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Tijola (Almería).
- **Ana Isabel Jiménez Cruz**. Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Villanueva del Rosario (Málaga).
- **Mercedes María López Reche**. Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Purchena (Almería).
- **José Luís Martín Cartón**. Dinamizador del Centro Guadalinfo de Churriana de la Vega (Granada).
- **Aurora Fernández Beteta**. Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Puebla de Don Fabrique (Granada).
- **Victoria de la Inmaculada Gallardo Campos**. Dinamizadora del Centro Guadalinfo de La Viñuela (Málaga).
- **Elisa Martín Gutiérrez**. Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Piñar (Granada).
- **Elisabeth Mellado Fraguas**. Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Moraleda de Zafayona (Granada).
- **Mariana Mena Fernández**. Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Pujerra (Málaga).
- **Sara Mora Tormo**. Dinamizadora del Telecentro de Gavarda (Valencia).
- **Manuel Jesús Morgado Morano**. Dinamizador del Centro Guadalinfo de Paymogo (Huelva).
- **Francisco Javier Novas Gutiérrez**. Dinamizador del Centro Guadalinfo de Villanueva de Córdoba (Córdoba).
- **Susana Peralta Pozo**. Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Alpujarra de la Sierra (Granada).
- **Jordi Rico López**. Dinamizador del Centro Guadalinfo de Bérchules (Granada).
- **Rafael Carlos Romero Romero**. Dinamizador del Centro Guadalinfo de Jabugo (Huelva).
- **Yolanda Ruiz Navarro**. Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Dehesas de Guadix (Granada).

- **Mari Carmen Sánchez García.** Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Algodonales (Cádiz).
- **Virginia Sanzo.** Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Humilladero (Málaga).
- **Elsa Valenzuela Mas.** Dinamizadora del Centro Guadalinfo de Turón (Granada).
- **Álvaro Vallejo Vera.** Dinamizador del Centro Guadalinfo de Ardales (Málaga).

Anexo 4: Características básicas de los municipios representados en la encuesta

Nº HABITANTES Y DENSIDAD DE POBLACIÓN DE LAS MANCOMUNIDADES PARTICIPANTES

Provincia	Municipio	Habitantes	Densidad (Hab/Km2)
Almería	04061 Lúcar	806	8,03
Almería	04076 Purchena	1.653	29,27
Almería	04092 Tíjola	3.877	57,42
Cádiz	11005 Algodonales	5.706	42,53
Córdoba	14030 Fuente Palmera	10.356	138,58
Córdoba	14036 Hornachuelos	4.662	5,13
Córdoba	14069 Villanueva de Córdoba	9.800	22,82
Granada	18030 Bérchules	811	11,65
Granada	18042 Capileira	564	9,91
Granada	18062 Churriana de la Vega	9.406	1.424,48
Granada	18064 Dehesas de Guadix	557	9,78
Granada	18076 Fonelas	1.145	11,88
Granada	18094 Gúejar Sierra	2.915	12,2
Granada	18128 Marchal	403	51,39
Granada	18138 Moraleda de Zafayona	3.058	63,51
Granada	18159 Piñar	1.362	10,83
Granada	18164 Puebla de Don Fadrique	2.565	4,9
Granada	18181 Turón	327	5,88
Granada	18904 Alpujarra de la Sierra	1.142	16,66
Granada	18909 Morelábor	812	21,06
Huelva	21032 Escacena del Campo	2.174	16,06
Huelva	21043 Jabugo	2.473	99,25
Huelva	21057 Paymogo	1.273	5,96
Málaga	29018 Ardales	2.558	24,01
Málaga	29050 Cútar (Salto del Negro)	642	33,06
Málaga	29059 Humilladero	3.016	87,01
Málaga	29081 Pujerra	316	12,96
Málaga	29088 Sierra de Yeguas	3.418	39,93
Málaga	29096 Villanueva del Rosario	3.470	78,94
Málaga	29099 Viñuela	1.737	63,81
Valencia	46130 Gavarda	1.174	149,91

Fuente: Entorno Físico. Territorio. Densidad de población por municipios. Año 2006. INE



Anexo 5: Cuesti onari o

Nombre:

Apellidos:

Entidad:

Cargo:

Dirección:

Tlf.:

Fax:

Email:

1- Grado de acceso y utilización

¿En qué medida utilizan las mujeres rurales de su entorno las tecnologías de la información? ¿en qué grado acceden a Internet?



2- Perfil de usuarias

¿Cuál es el perfil de las mujeres que acuden a su telecentro, teniendo en cuenta variables como la edad, el nivel educativo, la situación profesional, la situación personal y familiar,...? ¿cuáles son las que acceden en menor medida?

3- Elementos de motivación, desencadenantes del uso

¿Cuáles crees que son los elementos o factores que determinan un mayor acceso y utilización de las tecnologías de la información por parte de las mujeres rurales en términos de formas de aprendizaje, modos de aproximación (lenguajes y personas de 'enlace'), utilidad de los servicios y formas y lugares de acceso?



4- Modos de utilización

¿Qué tipo de utilización hacen de Internet según los diversos perfiles de usuarias?
(*información, formación, comunicación, transacciones, gestiones administrativas,...*)

5- Áreas temáticas de interés

¿Cuáles son las áreas temáticas preferentes en el uso de Internet? (*cuestiones relacionadas con el empleo, la familia, el ocio, la formación,...*)



6- Barreras de acceso y utilización

¿Cuáles crees que son las barreras que limitan el acceso y utilización de las tecnologías de la información por parte de estas mujeres? *(falta de disposición de equipos y de conexión, de espacios de acceso, coste de las tecnologías, factores asociados a la 'tecnofobia', complejidad en el manejo de las TIC, falta de percepción de las ventajas de su uso, desconocimiento de lo que ofrece la red, 'lenguajes' de las tecnología, falta de adaptación de lo que ofrecen las TIC a las necesidades reales de estas mujeres, ...)*

7- Propuestas para aumentar y mejorar el uso de las TIC

¿Qué medidas habrían de ponerse en marcha para aumentar y mejorar el uso de las TIC por parte de las mujeres rurales?



8- Observaciones, sugerencias comentarios

¡Muchas gracias!