

## Propuesta metodológica para el análisis de plataformas en Internet:

### El caso de las redes de mujeres.

Dra. Eva M. González y Dra. Martha Burkle

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey,  
Campus Guadalajara.

[emgonzal@itesm.mx](mailto:emgonzal@itesm.mx) / [mburkle@itesm.mx](mailto:mburkle@itesm.mx).

#### Resumen

El concepto de la Internet como agente de democratización ha sido el foco de atención de un buen número de sociólogos y analistas de la sociedad de la información alrededor del mundo durante la última década (Barranquero, 2003; Castells, 2001; Wallace, 1999). Entre éstos teóricos, algunos muestran una aproximación que se ha denominado 'futurista' sosteniendo que la Internet "puede contribuir a revitalizar la democracia entre los ciudadanos. Sin embargo, es posible observar una tensión entre esta idea y el hecho de que, desde sus orígenes y durante su desarrollo la Internet ha estado dominada por hombres. En otras palabras, si consideramos que intrínseca a la idea de "democracia" se encuentra la idea de igualdad entre los géneros, y si vemos cómo, según el discurso feminista (Spender, 1995) las mujeres han quedado fuera del diseño y uso de la Internet, resulta urgente analizar las aportaciones que este género está haciendo a la Internet, en general, y cómo las mujeres se han apropiado del ciberespacio en la búsqueda y realización de las redes electrónicas de mujeres. Sólo entonces podremos hablar de una Internet democrática.

El objetivo de esta investigación es analizar las bases teóricas del empoderamiento, la identidad y la apropiación de las tecnologías por mujeres. Busca comparar estas ideas a nivel teórico con el trabajo empírico de grupos de mujeres en cinco diferentes áreas geográficas: África, América, Europa, Norteamérica y Asia. Trabajamos seis páginas web representando cada una de estas áreas, realizándose un análisis de contenido a cada una de ellas con el fin de observar la relación entre su diseño, el servicio a la comunidad, la promoción social y el nivel de involucramiento de las mujeres en las prácticas políticas y las nuevas formas interactivas de comunicación.

**Palabras clave:** género y tecnología, redes de mujeres, democracia y comunicación.

#### Introducción

La Internet como un agente de democratización es un concepto que ha recibido la atención de un buen número de sociólogos y analistas de la sociedad de la información durante los últimos años. Esta investigación documenta el interés personal de las investigadoras en analizar el rol de la Internet como un espacio que hace posible la participación social entre individuos y entre grupos.

Es interés particular de este trabajo investigar cómo las mujeres usan la Internet, respondiendo a la invitación concreta de la Plataforma de Beijing en 1997 respecto a la necesidad de involucrar a más mujeres en el desarrollo y uso de tecnologías (Beijing Platform, strategic objective B3). Retomando esta iniciativa el propósito de esta investigación se centra en explorar las estrategias de las mujeres para construir espacios para la interacción social utilizando la Internet. Analizar cómo las mujeres llevan a la Internet sus preocupaciones. Explorar, en una palabra, las estrategias de las mujeres para lograr que su 'voz sea escuchada'.

Para este trabajo se entiende las redes de mujeres como una construcción social que se define en función de la organización de un conjunto de mujeres en Internet en torno a un propósito común:

1. Promover el trabajo y los derechos de las mujeres
2. El intercambio de información y comunicación para contribuir al empoderamiento individual de las mujeres y a su impacto económico y político en la sociedad actual.

De lo anterior se concluye que el objetivo central de la investigación es identificar cuáles estrategias son utilizadas por grupos de mujeres para construir espacios interactivos en la Internet. Por otra parte, es interés también de esta investigación analizar la forma en que estas estrategias llevan las temáticas propias de las mujeres al ciberespacio y las nuevas identidades colectivas creadas por las mujeres como una alternativa al modelo social imperante.

Un fin último de esta comunicación es la presentación del diseño metodológico de este trabajo, insistiendo de manera especial en aquellas estrategias que se han mostrado eficaces para el análisis de las plataformas de mujeres seleccionadas.

### **Una propuesta metodológica para el análisis de las redes**

La metodología empleada ha sido el estudio de casos múltiples basado en una estrategia que combina procesos cuantitativos y cualitativos para el análisis de la estructura, diseño, contenido y recursos de las páginas web. La estrategia de trabajo se realizó en tres fases o momentos de investigación:

- Un primer momento centrado en el estudio individual de cada página (cualitativo), donde el interés específico fue obtener información sobre el concepto de la página, concretamente: su misión, su origen institucional, político o social; quién la produce y da mantenimiento, y las usuarias a las que se dirige.
- Un segundo momento que consistió en aplicar una evaluación del diseño de las páginas (cuantitativa). El análisis del diseño de las páginas web estuvo basado en los criterios de calidad propuestos por la 'World Best Website Awards' (Sitio en Internet: <http://www.worldwebsite.com/criteria.htm>) que consiste en la evaluación de 5 componentes principales: Funcionalidad, Diseño, Contenido, Originalidad y Profesionalismo. Cada uno de estos componentes está a su vez compuesto por tres o cuatro elementos (recogidos en la tabla siguiente) que fueron aplicados al análisis de cada página web. Se otorgó la puntuación de 1 a 5, donde 1 es el valor más bajo y 5 indica la excelencia de la página respecto a cada elemento<sup>1</sup>. De ahí que deba asumirse que el puntaje otorgado a cada página web por su diseño es el producto de un dictamen, aparentemente subjetivo, pero fundamentado en la experiencia de haber dictaminado 400

páginas web. El uso de puntuaciones numéricas nos permitió la comparación y representación de los resultados finales de todas las páginas a través de frecuencias, porcentajes y gráficas.

- Finalmente, en un tercer momento se analizaron (cualitativo) los recursos de cada página, identificándolos y clasificándolos de acuerdo al objetivo del recurso, la forma de interacción propuesta, de quién parte la comunicación, la vigencia y disponibilidad de este recurso y finalmente los usuarios del recurso. En este caso los resultados también se compararon transversalmente usando frecuencias, porcentajes y gráficas con el objetivo de descubrir determinadas constantes y patrones de funcionamiento entre páginas. El análisis de los recursos ofrecidos por las páginas permitió medir la potencialidad real de cada página web para actuar como espacios abiertos para la interacción y participación de las mujeres en el cambio social.

DIMENSION	VARIABLE DE ANÁLISIS	VALORES
<b>Rasgos Generales</b>	Misión	Definir para qué se crea la página
	Origen	Año de creación de la página
	Productor	Identificar quién las crea (fundadores)
	Usuario	Definición de las usuarias y número.
<b>Diseño de la página web: "World best web award criteria"</b>	Funcionalidad	Accesibilidad Velocidad y Ancho de banda Navegabilidad y links Legalidad Calidad HTML
	Diseño	Diseño gráfico Amigabilidad Integración Estética
	Contenido	Propósito Interactividad Expresión verbal
	Originalidad	Innovación Creatividad Tecnología
	Profesionalismo	Atención al cliente Valores Enfoque
<b>Espacio para la interacción social: análisis de los recursos.</b>	Recursos	Identificación de los recursos para la interacción y objetivos explícitos
	Objetivo Implícito	Información Comunicación Formación Interacción social
	Forma de interacción	On Line Off Line Out line

	Dirección de la comunicación	Descendente Ascendente Horizontal
	Vigencia del recurso	Permanente Ocasional Periódica
	Dirigidos a	Solo usuarios Acceso libre Orientado a contactos externos

Tabla 1. Dimensiones para el análisis de las páginas web

### La selección de los casos

Un elemento fundamental en este tipo de diseño son los criterios para la selección de los casos de estudio. El método seguido para seleccionar las páginas web ha sido el muestreo con base teórica. Se buscó la homogeneidad de los casos con el objetivo de poder reducir y simplificar los resultados encontrados. Este muestreo se realizó teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- Páginas web creadas por mujeres, orientadas al cambio social.
- Páginas web producidas en el país donde se encuentra la sede central de cada organización.
- Páginas web propiedad de organizaciones civiles no gubernamentales<sup>2</sup>, aunque puedan tener algún tipo de apoyo público.
- Páginas web orientadas a la comunicación entre las usuarias.
- Páginas web producidas en los cinco continentes (América, África, Europa, Asia y Australia) seleccionadas con el fin de cubrir un mayor espectro geográfico.
- Páginas web que utilizaran el inglés, francés y español<sup>3</sup>.
- Páginas web que promovieran el activismo social y político entre sus usuarias.
- Páginas web que favorecieran la ruptura de estereotipos promoviendo la igualdad.

<b>PÁGINA WEB/URL</b>	<b>PAÍS DE ORIGEN</b>
<i>Mujeres en red</i> <a href="http://www.nodo50.org/mujeresred/">http://www.nodo50.org/mujeresred/</a>	España
<i>CIMAC</i> <a href="http://www.cimac.org.mx/">http://www.cimac.org.mx/</a>	México
<i>National Commission for women (NCW)</i> <a href="http://www.ncw-india.org/">http://www.ncw-india.org/</a>	India
<i>Women's net</i> <a href="http://www.womensnet.org.za/">http://www.womensnet.org.za/</a>	Sudáfrica
<i>Fédérations des femmes du Québec (FFQ)</i> <a href="http://www.ffq.qc.ca/">http://www.ffq.qc.ca/</a>	Canadá
<i>WIRE</i> <a href="http://www.wire.org.au/">http://www.wire.org.au/</a>	Australia

Tabla 2. Páginas web seleccionadas

## **Resultados de la Investigación**

Para realizar una exposición más clara de los resultados obtenidos los dividimos según las 3 fases de la investigación:

- Rasgos generales de las páginas web.
- Diseño de la página como expresión artística y social.
- Las páginas web como espacios para la interacción social.

#### 1. Rasgos generales de las redes de mujeres

La investigación mostró que las seis páginas web organizan sus recursos, discusiones y actividades en torno a un claro propósito: el empoderamiento femenino, que se puede ver recogido en su misión (ver tabla siguiente). Entre las misiones analizadas es importante destacar el caso de "Women's Net", que tiene como propósito principal servir no sólo como espacio para la interacción social entre las mujeres sino también como oportunidad para aprender el uso de las tecnologías. O el caso de CIMAC, orientada a la promoción de los derechos de las mujeres brindando nuevos espacios y formas de tratar a la mujer en los medios de comunicación.

<b>País de origen</b>	<b>Página web</b>	<b>Misión</b>	<b>Año de creación</b>	<b>Fundadores</b>	<b>Descripción Usuaris</b>
<b>México</b>	<b>CIMAC</b>	Promover en los medios de comunicación un punto de vista diferente sobre la condición actual de las mujeres en México, trabajando por un mundo más equitativo, sin discriminación ni sexismo.	1988	Equipo de profesionales de la comunicación: periodistas, redactoras, comunicólogas,...	Hombres y mujeres especialmente aquellos que trabajan en los medios (100 usuarios registrados)
<b>Canadá</b>	<b>FFQ (Fédérations de femmes du Québec)</b>	Organismo de presión política que busca promover y defender los derechos de las mujeres.	2000	Creada por Thérèse Casgrain, sustentada actualmente por la organización civil de Mujeres de Québec.	Mujeres sin distinción de raza, nacionalidad. (140 asociaciones y 600 particulares registrados)
<b>España</b>	<b>Mujeres en Red</b>	Utilizar las potencialidades de Internet como espacio para la comunicación, solidaridad y la lucha de los derechos de las mujeres.	1997	Creado por una periodista española, actualmente diversas profesionistas participan en su mantenimiento.	Abierto a todas las mujeres del mundo y hombres pro-feministas. (3000 usuarias registradas)
<b>Sudáfrica</b>	<b>Women's Net</b>	Empoderamiento de la mujer sudafricana a través del uso de TIC para avanzar en la igualdad de la mujer.	1997	SANGONeT con el soporte de la Secretaría de la Commonwealth.	Dirigida a las mujeres de Sudáfrica (sin datos sobre el número de usuarias)

<b>India</b>	<b>NCW (National Commission for women)</b>	Revisión de las condiciones legales, constitucionales, para la mujer y recomendar medidas correctoras, así como aconsejar al Gobierno de la India respecto a las políticas que afectan a la mujer.	1992	Una iniciativa del Gobierno Central a través de la Comisión Nacional para la Mujer.	Mujeres que participan en ONGs, medios, grupos activistas y académicas del país. (sin datos sobre el número de usuarias)
<b>Australia</b>	<b>WIRE</b>	Proveer información actualizada y accessible a en función de las necesidades de las mujeres de Victoria.	1984	Conformada por varias organizaciones de mujeres como 'Women's Electoral Lobby', 'Lifeline', 'Victorian Police' o la 'YWCA'.	Mujeres de Victoria, Australia.

*Tabla 3. Descripción general de las Páginas web.*

Otros dos elementos fundamentales en este primer análisis de las páginas fueron:

- Quiénes producen las páginas
- A qué público van dirigidas

Entre los resultados encontrados cabe mencionar que tres de las páginas web surgen de propuestas particulares: CIMAC, Mujeres en Red y FFQ. En cambio, otras tres responden a iniciativas de sectores sociales/públicos: NCW, WIRE y Women's Net.

Respecto al público al que van dirigidas, la investigación mostró que, en la mayor parte de los casos, la audiencia se define de forma genérica y localista, como es el caso de FFQ (Canadá), NCW (La India) o Women's Net (Sudáfrica). Sólo en uno de los casos, la página mexicana CIMAC, se dirige de forma más específica a profesionistas de los medios. Pero incluso cuando las usuarias son definidas de forma genérica -la mayoría de las mujeres que viven en el país sede de la página- descubrimos que el idioma es una restricción importante. En el caso de Women's Net, por ejemplo, el idioma usado es el inglés, siendo que una parte importante de las usuarias potenciales pueden hablar cualquiera de los diez idiomas oficiales de Sudáfrica, como el Afrikaans, Ndebele, Pedi, Sotho, Swazi, Tsonga, Tswana, Venda, Xhosa y Zulu. Otro ejemplo de esta restricción la encontramos en la página de NCW, donde los contenidos están en inglés y en Hindi (idioma que habla el 30% de la población), pero la página olvida a las mujeres que pueden hablar cualquiera de las catorce lenguas del país (Bengali, Telugu, Marathi, Tamil, Urdu, Gujarati, Malayam, Kannada, Oriya, Punjabi, Kashmiri, Sindhi, y Sanskrit).

En este apartado en específico se encontró una limitación importante para el trabajo, a pesar de abrir el contacto con los proveedores de las plataforma para profundizar en el perfil de las usuarias reales no obtuvimos respuesta, por lo cual nos limitamos a rescatar bien el expuesto en la

propia página, en el caso de que así lo hicieran, bien el deducido a partir del análisis de los objetivos y contenidos de la página.

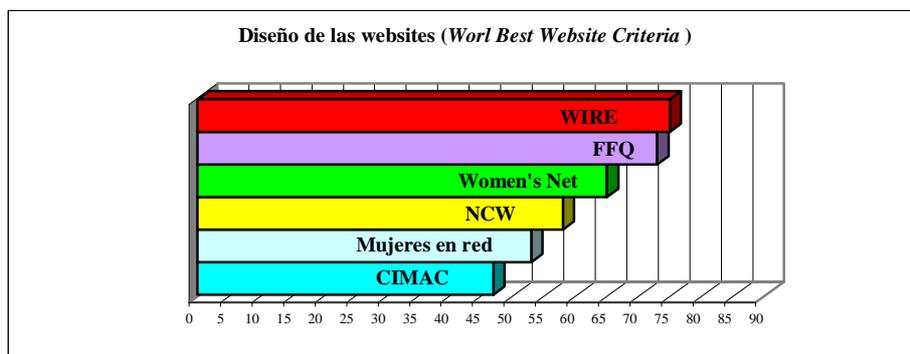
## 2. Diseño de las páginas web

De cara a facilitar la interacción y participación social, las páginas deben resultar atractivas para los usuarios potenciales. Siguiendo los criterios propuestos por la “World Best Web sites”, se examinaron las web objeto de estudio con la metodología descrita anteriormente. En la tabla siguiente quedan recogidas las puntuaciones obtenidas por las 6 páginas en cada uno de los rubros estudiados:

	Funcionalidad				Diseño				Contenido			Originalidad			Profesionalismo			Total	
	Accesibilidad	Velocidad y ancho de banda	Linkss	Navegabilidad y Legalidad	Calidad HTML	Diseño Gráfico	Amigabilidad	Integración	Estética	Propósito	Interactividad	Expresión verbal	Innovación	Creatividad	Tecnología	Atención al cliente	Valores		Enfoque
<b>Mujeres en red</b>	2	4	4	2	3	2	4	4	3	4	3	4	2	2	1	2	3	4	<b>53</b>
<b>CIMAC</b>	3	3	4	1	3	2	4	3	2	4	2	3	1	2	2	1	3	4	<b>47</b>
<b>FFQ</b>	4	4	4	2	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	5	4	4	<b>73</b>
<b>Women's Net</b>	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	2	3	4	4	<b>65</b>
<b>NCW</b>	4	4	3	2	3	3	3	3	3	5	3	4	2	2	3	4	3	4	<b>58</b>
<b>WIRE</b>	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	5	4	5	<b>75</b>
Máximo	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90

Tabla 4. Diseño de las páginas

Siguiendo la metodología de 1-5 descrita anteriormente, se calificaron las páginas seleccionadas con el fin de obtener aquella con mejor diseño y posibilidades de interacción y aquella con menores. En el primer lugar se encuentra WIRE, producida en Australia, con 75 puntos sobre el total seguida de la Fedérations du femmes du Québec de Canadá con 73 puntos. En el último lugar de la escala, con 47 puntos, está CIMAC (de México) y Mujeres en red con 53 (España). El cálculo estadístico sitúa la media en 45 puntos, lo que nos permite concluir que a pesar de no ser un aspecto prioritario, existe una conciencia de la importancia que el diseño y las posibilidades tecnológicas suponen para una navegación cómoda y útil. En la figura 1 podemos comparar los resultados obtenidos por las páginas web sobre la media:



*Figura 1. Evaluación diseño de páginas*

Una vez observados cada uno de los rubros estudiados puede concluirse que en general para las seis páginas web la puntuación mínima es obtenida en originalidad, seguida por profesionalismo (ver tabla 4). Del punto contrario, la mejor puntuación en todas las páginas la obtiene el rubro de funcionalidad, lo que significa que las páginas están bien orientadas hacia las usuarias, sus contenidos y los servicios gratuitos están claramente enfocados al perfil de estas usuarias.

	Funcionalidad	Diseño	Contenido	Originalidad	Profesionalismo	Total
Mujeres en red	15	13	11	5	9	<b>53</b>
CIMAC	14	11	9	5	8	<b>47</b>
FFQ	18	19	13	10	13	<b>73</b>
Women's Net	18	16	12	8	11	<b>65</b>
NCW	16	12	12	7	11	<b>58</b>
WIRE	22	16	13	10	14	<b>75</b>
Máximo	25	20	15	15	15	90

*Tabla 5. Diseño de las Páginas web. (World best Websites Criteria)*

### 3. Páginas web como espacios para la interacción social

La identificación de recursos de las páginas como elemento de democratización, descentralización y desconcentración de los flujos de información interna y de cambio social proviene no sólo de la cantidad y variedad de los mismos sino sobre todo de cómo estos son diseñados para alcanzar su propósito.

En la siguiente tabla podemos ver qué recursos han sido identificados en cada una de las páginas consultadas. Como primer resultado, es posible ver que los recursos que aparecen en todos los casos son el e-mail y las agendas de noticias. Por otra parte, se encontraron los documentos y links, entre los más habituales, que a veces constituyen complejos centros de documentación especializada por temas y países.

RECURSOS PARA LA INTERACCIÓN	CIMAC	FFQ	MUJERES EN RED	WOMEN'S NET	WIRE
E-mail					
Agenda (eventos y noticias)					
Publicaciones electrónicas					

Documentos y Link (por temas o países)					
Foros de discusión (genéricos o especializados)					
Listas de distribución					
Redes de trabajo					
Asesoría y/o apoyo profesional					
Espacio de reivindicación (comunicados, firmas convocatoria de manifestaciones,...)					
Centro de formación					
Recursos de formación sobre uso de internet					
Correos y teléfonos de atención directa					
Buzón de sugerencias					
Bartering (intercambio de links con instituciones relacionadas)					
Banners (publicidad de eventos relacionados)					

*Tabla 6. Recursos identificados.*

En cuanto al resultado en la evaluación de estos recursos, los siguientes apartados resumen la condición en la que se encuentran según los resultados.

A. Recursos para la acción social

En primer lugar, los recursos han sido analizados en función de sus objetivos implícitos. Desde este punto de vista, el análisis se ha centrado en ver en qué medida los contenidos de la página responden a la concepción 'cyberfeminista' del uso de la tecnología, que implica el desarrollo de nuevas formas de interacción entre las usuarias.

Como es posible ver en la figura 2, un 23% de los recursos están destinados a facilitar la comunicación entre productoras y usuarias, y un 14% están destinados específicamente a promover la intervención social. Desde el punto de vista del cyberfeminismo es correcto afirmar que las seis páginas analizadas inciden en la importancia de proveer oportunidades para el intercambio de información y el aprendizaje (el 43% de los recursos se diseñan para proveer información). Estos porcentajes reafirman la idea de que el uso de la Internet en el caso de las cibercomunidades de mujeres buscan crear sistemas de interacción donde es fundamental el intercambio de información y la comunicación, como posibilidades para lograr una mayor presencia y participación social.

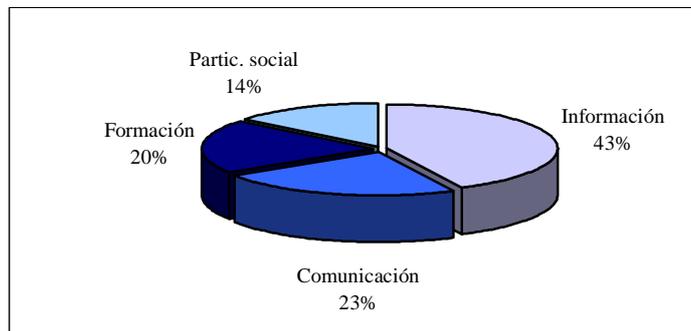


Figura 2

B. Recursos para la acción social

Respecto a las formas de interacción usadas en las seis páginas web resulta significativo que el 48% de los recursos identificados sean 'on line', lo que podemos interpretar como que las usuarias buscan la accesibilidad y la posibilidad de establecer contacto en cualquier momento y desde cualquier lugar. Por otra parte, el 25% de los recursos están orientados al intercambio fuera de los límites de internet. Nos estamos refiriendo, principalmente, a las convocatorias de manifestaciones o la invitación a cursos presenciales.

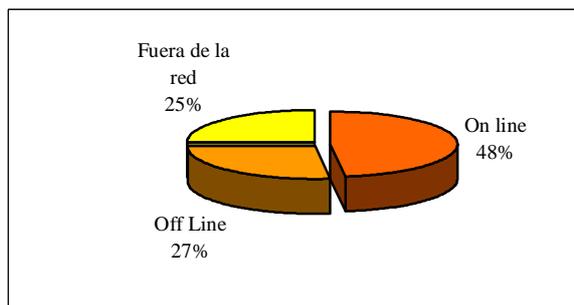


Figura 3

C. Dirección de la comunicación

La dirección en la que fluyen los recursos (*figura 4*) siguen siendo prioritariamente descendente (56%), es decir, desde la cúspide de las organizaciones hacia las usuarias. Sólo un 13% de los recursos permiten la comunicación ascendente, desde las receptoras-usuarias hacia la organización. Cabe resaltar, no obstante, que el 31% de los recursos permite una comunicación más descentralizada y democrática, lo que hemos definido como horizontal, muy propia del modelo femenino de gestión de la información y la comunicación.

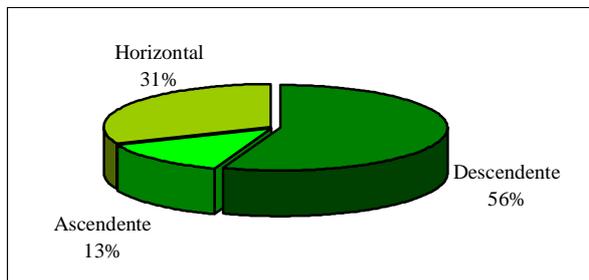


Figura 4

D. Vigencia de los recursos

En cuanto a la permanencia de los recursos, el 77% de estos son permanentes y se encuentran en la estructura fija de la página, si bien existe un 16% de estos que son periódicos. En estos últimos podemos encontrar los comités de trabajo o llamados especiales para convocatorias específicas. En cuanto a los recursos ocasionales (7%) normalmente aparecen en referencia a algunos contenidos concretos dentro de un recurso que es permanente o periódico. (Figura 5)

Esta permanencia de los recursos hace posible afirmar que estas páginas fueron creadas que con una visión a largo plazo o bien se han ido estabilizando a lo largo del tiempo. En ambos casos, resulta muy congruente con la imagen de la red como herramienta de gran potencial para el empoderamiento femenino. Esta filosofía implica un plan a largo plazo desarrollado con vocación de permanencia y de uso de la red como plataforma para la participación social y el empoderamiento individual y no como una actividad de ‘moda’.

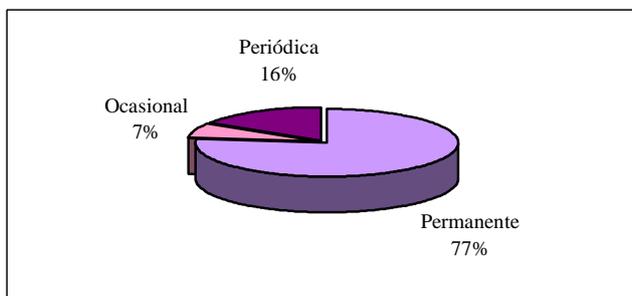


Figura 5

E. A quién se dirigen los recursos

Para cerrar esta descripción se analizará el tipo de usuario al que se dirigen estos recursos (figura 6). A pesar de ser organizaciones creadas por y para las mujeres, en el 70% de los casos los recursos son de acceso libre y gratuito para todo el público en general. Sólo una pequeña parte de estos recursos, 8%, se dirigen a los miembros registrados de las organizaciones. Estos datos confirman la apertura y el objetivo de ‘permear’ a toda la sociedad de cibernautas, sin restricciones específicas. De igual forma, un 22% de los recursos están dirigidos a usuarios fuera de la red.

Entre estos grupos cabe mencionar las interacciones con los organismos e instituciones públicas / gubernamentales y los medios de comunicación.

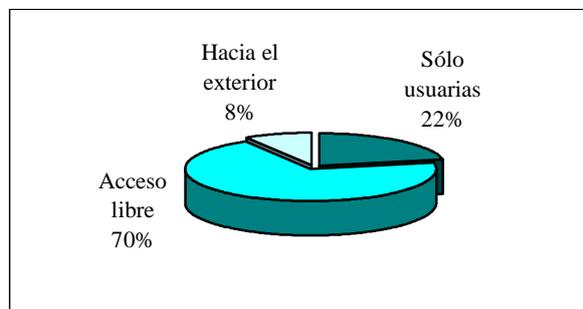


Figura 6

### Consideraciones metodológicas finales y ámbitos de investigación futura.

La metodología aplicada se ha mostrado útil para responder a la pregunta inicial de la investigación respecto a cuáles son las estrategias utilizadas por las mujeres para construir espacios interactivos en la Internet. Algunas de éstas estrategias fueron descritas a través de los casos de estudio. No obstante, en este sentido se abren interrogantes más interesantes aún. Específicamente, sería oportuno analizar el uso y apropiación por parte de las usuarias de las herramientas de comunicación propuestas en las páginas.

Por otro lado, y desde un punto de vista también metodológico, los seis casos de estudio seleccionados proporcionaron la homogeneidad suficiente como para poder encontrar patrones comunes, dentro de la diversidad de los casos. Una mejora a este estudio implicaría el aumento de los casos a analizar, haciéndolos extensibles a grupos y países menos favorecidos y a comunidades más aisladas, para averiguar cuál es la situación de trabajo de estos grupos. Y qué posibilidades ofrece la tecnología a la participación social de las mujeres en contextos menos favorecidos.

Un tercer aspecto a comentar es la riqueza de las categorías y dimensiones de análisis, donde se intentaron combinar las categorizaciones a priori (proceso cuantitativo), con otras más abiertas a la discusión (proceso cualitativo) con los propios casos de estudio. No obstante, el interés por buscar coincidencias y patrones de comportamiento comunes llevó a esta investigación a una reducción de categorías y por lo tanto al análisis más cuantitativo, que facilitó la descripción, ciertamente, pero que al mismo tiempo no permitió la diversidad y profundización en el estudio. Este es un campo, de hecho, abierto para mayor investigación en el futuro

Respecto a la aplicación de estas categorías, el proceso se ha basado en el consenso de análisis e interpretación entre las investigadoras, con recorridos diversos pero similares en el

ámbito de la investigación de las tecnologías. En este sentido sería pertinente ampliar el estudio a otros países y propuestas de redes, y hacer participe a otros investigadores que pudieran enriquecer tanto el contenido de las observaciones como los criterios de aplicación.

Como investigadoras nos interesa abrir la discusión en torno a preguntas claves sobre la adecuación metodológica del diseño, su ámbito de aplicación, las variables y dimensiones analizadas así como el mismo proceso de aplicación y análisis final.

#### **Bibliografía:**

- Barranquero, A. (2003). El nuevo pensamiento feminista en la red: información, gestión y participación. Ponencia presentada en la 'IV Bienal Iberoamericana de Comunicación'. Disponible en Internet: <http://www.saladeprensa.org/art498.htm>
- Borg, A. (1993, enero) Why Systems? *Computing Research news*. Disponible en: <http://www.cra.org/main/cra.pubs.html>
- Braidotti, R. (1996) Cyberfeminism with a difference. *New Formations*, 29. Disponible en: [http://www.let.uu.nl/womens\\_studies/rosi/cyberfem.htm](http://www.let.uu.nl/womens_studies/rosi/cyberfem.htm)
- Brayton, J. (1997). Cyberfeminism as a new theory. Disponible en: <http://www.unb.ca/web/PAR-L/win/cyberfem.htm#cyberfemin>
- Burkle, M.(2003). Technology has forgotten them: Developing-world women and new information technologies. En J. Malloy (Eds.) *Women, Art and Technology*. MIT Press.
- Castells, M. (2000). *The rise of the Network society*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Fallon, H. (1998) *WOW - Women on the Web: A guide to Gender Related Resources on the Internet*. Dublin: Women's Education Research and Resource Centre Univ. College.
- Franquet, R. (1998). La mujer en el hogar Tecnológico. *Razón y Palabra*, 9. Disponible: [http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n9/mujer.htm#\\*](http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n9/mujer.htm#*)
- Frenkel, K. (1990) Women and computing. Disponible: <http://www.cpsr.org/cpsr/gender/frenkel.cacm.womcomp>
- Haraway, D. (1991). *Simians, Cyborgs, and women. The reinvention of nature*. New York: Routledge.
- Herring, S. (1996). Gender and Ethics in CMC. En C. Eds (Eds). *Philosophical perspectives on computer-mediated communication*. New York: Sunny.
- Kennedy, T. (2000) Women and the Internet. An exploratory study of feminist experiences in Cyberspace. Disponible en: <http://www.netwomen.ca/research/introduction.htm>
- McMillan, S.J. (2000).The microscope and the moving target: The Challenge of applying content analysis to the world wide web. *J&MC Quarterly*, 77 (1), 80-98.
- Plant, S. (1996). On the Matrix: Cyberfeminism Simulations. En R. Shields (Eds.) *Cultures of the Internet: Virtual Spaces, Real Histories, Living Bodies*. London: Sage Publications.
- Plant, S. (1997). *Zeroes + Ones: Digital Women and the New Technoculture*. New York: Doubleday.
- Spender, D. (1995) *Nattering on the Net: Women, Power and Cyberspace*. Toronto: Garmond Press.

Wajcman, J. (2004). *Techno Feminism*. Polity Press.

Wajcman, J. (1999). *The social shaping of technology*. Open University Press.

Winter, D. & Huff C. (1996). Adapting the Internet: Comments from a Women-Only Electronic Forum. *The American Sociologist.*, 27(1), 30-54.

---

<sup>1</sup> Una de las investigadoras, que ya había actuado como jurado para la "World Best Website" (Burkle, M. 1998-2003), fue la encargada de dar la puntuación correspondiente al diseño de las páginas.

<sup>2</sup> Sólo con la excepción de la página web de la India, donde fue imposible encontrar una página web privada o vinculada a una organización civil.

<sup>3</sup> Idiomas que constituyen los idiomas oficiales de acuerdo a la ONU y que las investigadoras dominaban.