



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

Ensayos ciberfeministas

Coords.

Tasia Aránguez Sánchez
Ozana Olariu

Dykinson, S.L.

ENSAYOS CIBERFEMINISTAS



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

ENSAYOS CIBERFEMINISTAS

Coords.

TASIA ARÁNGUEZ SÁNCHEZ
OZANA OLARIU

Dykinson, S.L.

2023

ENSAYOS CIBERFEMINISTAS

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Dykinson S.L.

Madrid - 2023

N.º 140 de la colección Conocimiento Contemporáneo

1ª edición, 2023

ISBN: 978-84-1170-357-4

NOTA EDITORIAL: Los puntos de vista, opiniones y contenidos expresados en esta obra son de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores. Dichas posturas y contenidos no reflejan necesariamente los puntos de vista de Dykinson S.L, ni de los editores o coordinadores de la obra. Los autores asumen la responsabilidad total y absoluta de garantizar que todo el contenido que aportan a la obra es original, no ha sido plagiado y no infringe los derechos de autor de terceros. Es responsabilidad de los autores obtener los permisos adecuados para incluir material previamente publicado en otro lugar. Dykinson S.L no asume ninguna responsabilidad por posibles infracciones a los derechos de autor, actos de plagio u otras formas de responsabilidad relacionadas con los contenidos de la obra. En caso de disputas legales que surjan debido a dichas infracciones, los autores serán los únicos responsables.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	13
TASIA ARÁNGUEZ SÁNCHEZ Y OZANA OLARIU	

PRIMERA PARTE CIBERVIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

SECCIÓN I CIBERVIOLENCIA EN LA PAREJA

CAPÍTULO 1. LAS PAREJAS ADOLESCENTES DE LA GENERACIÓN Z: DESDE EL CIBERCONTROL HASTA LAS CONDUCTAS INVASIVAS ONLINE	18
YOLANDA RODRÍGUEZ CASTRO ROSANA MARTÍNEZ ROMÁN MARÍA LAMEIRAS FERNÁNDEZ	

CAPÍTULO 2. PREVALENCIA DE LA CIBERVIOLENCIA DE CONTROL Y SU PREDICCIÓN CON LOS MITOS ROMÁNTICOS.....	31
CARMEN LLEDÓ RANDO	

CAPÍTULO 3. <i>GROOMING</i> , <i>SEXTING</i> Y <i>SEXTORSION</i> , LOS NUEVOS FENÓMENOS DE CIBERVIOLENCIA: LA COEDUCACIÓN COMO MEDIDA DE PREVENCIÓN.....	52
ROSANA MARTINEZ ROMAN YOLANDA RODRIGUEZ CASTRO MARIA LAMEIRAS FERNÁNDEZ	

SECCIÓN II PROXENETISMO Y PORNOGRAFÍA 2.0

CAPÍTULO 4. DIMENSIONES DEL PROXENETISMO DIGITAL: UNA APROXIMACIÓN AL FENÓMENO DE LA MISOGINIA MONETARIZADA ...	68
ÁGUEDA GÓMEZ SUÁREZ	

CAPÍTULO 5. NUEVAS FORMAS DE PROSTITUCIÓN: ADAPTACIÓN Y CAMUFLAJE DE SISTEMAS DE EXPLOTACIÓN Y DOMINIO DE LAS MUJERES	84
LAURA REDONDO GUTIÉRREZ TANIA CORRÁS VÁZQUEZ	

CAPÍTULO 6. ONLYFANS. LA UBERIZACIÓN DE LA PORNOGRAFÍA .. 99
TASIA ARÁNGUEZ

CAPÍTULO 7. VERIFICACIÓN DE EDAD: ¿CÓMO IMPEDIR EL ACCESO
DE LOS MENORES A LA PORNOGRAFÍA?..... 120
TASIA ARÁNGUEZ

SECCIÓN III ACTIVISMO MACHISTA EN LAS REDES SOCIALES

CAPÍTULO 8. *A PILDORAZOS*. EL LENGUAJE INCEL EN ESPAÑOL..... 140
RAQUEL RUIZ PAREJA

CAPÍTULO 9. ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS
CIBERSEXISTAS EN TWITTER..... 154
LAURA MELERO CARNERO

CAPÍTULO 10. MACHISMO 2.0: NEOMITOS MISÓGINOS EN
LA MANOSFERA 171
SABELA PÉREZ-MARTÍN
PAULA FRIEIRO

CAPÍTULO 11. “¡PUES VER Y DESEAR, SEÑORA PUTA!”
DE UN SONETO ATRIBUIDO A QUEVEDO A LA ACTUAL
CIBERVIOLENCIA SEXUAL 188
MÓNICA MARÍA MARTÍNEZ SARIEGO

SEGUNDA PARTE PARIDAD EN LA SOCIEDAD DIGITAL

SECCIÓN I SESGOS SEXISTAS EN LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

CAPÍTULO 12. SESGOS ALGORÍTMICOS: LA PERMANENTE
DISCRIMINACIÓN E INJUSTICIA TRASLADADA A LA TECNOLOGÍA 206
GUTIÉRREZ NEVÁREZ VICTORIA EUGENIA
FLORES FERNÁNDEZ ZITLALLY
CHÁVEZ BERMÚDEZ BRENDA FABIOLA

CAPÍTULO 13. INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y SUS SESGOS EN EL
ANÁLISIS DE DATOS: LOS RIESGOS DE LA NUEVA DISCRIMINACIÓN.. 221
IGNACIO TERRAZAS MAYORALAS

CAPÍTULO 14. LA FUTURA LEY DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LOS PRINCIPIOS DE BUENA REGULACIÓN EN LAS TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS COMO OPORTUNIDAD. APROXIMACIÓN DESDE EL FEMINISMO JURÍDICO.....	234
ANA RODRÍGUEZ GARCÍA	

SECCIÓN II PERSPECTIVA FEMINISTA DEL TELETRABAJO

CAPÍTULO 15. LA SOCIEDAD EN LA ERA DIGITAL: LOS DERECHOS LABORALES DE LA MUJER CON DISCAPACIDAD EN EL MUNDO DIGITAL.....	251
MARÍA DOLORES PÉREZ ESTEBAN NIEVES GUTIÉRREZ ÁNGEL ISABEL MERCADER RUBIO	
CAPÍTULO 16. MUJERES Y TELETRABAJO EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN IBEROAMÉRICA	268
MARÍA DEL ROCÍO GUZMÁN BENAVENTE KARLA MARÍA REYNOSO VARGAS	
CAPÍTULO 17. EL EFECTO DE LA DESACELERACIÓN DE LA IGUALDAD LABORAL EN POSTPANDEMIA	284
TANIA CORRÁS LAURA REDONDO	
CAPÍTULO 18. LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA PANDEMIA DE COVID-19 Y SU IMPACTO EN EL TRABAJO Y EN LOS DISPOSITIVOS DE ATENCIÓN A LAS VÍCTIMAS. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA.....	298
FRANCISCO XABIER AGUIAR FERNÁNDEZ EVELIA MURCIA ÁLVAREZ XOÁN LOMBARDEIRO POSADA	

SECCIÓN III LA BRECHA DIGITAL FEMENINA

CAPÍTULO 19. INVESTIGADORAS Y CIENTÍFICAS EN LAS REDES SOCIALES ACADÉMICAS.....	320
ENCINA CALVO IGLESIAS	
CAPÍTULO 20. EMPRENDIMIENTO Y BRECHA DIGITAL FEMENINA: UN MAPA PARA EL CASO ESPAÑOL	338
JUAN INFANTE JORGE ARACIL	

CAPÍTULO 21. MUJERES AFRICANAS EN EL MUNDO DIGITAL: UNA REVISIÓN GENERALISTA DE LA LITERATURA	353
ROSER MANZANERA RUIZ SOLEDAD VIEITEZ CERDEÑO ANE SESMA GRACIA	
CAPÍTULO 22. BRECHA DIGITAL DE GÉNERO, HABILIDADES SOCIO- EMOCIONALES Y EMPODERAMIENTO FEMENINO EN ÁFRICA	367
SOLEDAD VIEITEZ CERDEÑO ROSER MANZANERA RUIZ ESTEFANÍA CANO BELÉN	
CAPÍTULO 23. ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN FEMENINA ADOLESCENTES EN LA SOCIEDAD DIGITAL: USO Y EMPLEO DE LOS DISPOSITIVOS DIGITALES E INTERNET SEGÚN EL INFORME PISA 2018	384
NIEVES GUTIÉRREZ ÁNGEL MARÍA DOLORES PÉREZ ESTEBAN ISABEL MERCADER RUBIO	
CAPÍTULO 24. UN NUEVO TIPO DE DESIGUALDAD HACIA LAS MUJERES TRAS LA PANDEMIA: LA BRECHA DIGITAL FEMENINA ..	397
NIEVES GUTIÉRREZ ÁNGEL MARÍA DOLORES PÉREZ ESTEBAN ISABEL MERCADER RUBIO	
CAPÍTULO 25. TURISMO Y MUJERES: ANÁLISIS DE LAS AGENCIAS DE VIAJE ONLINE ESPAÑOLAS ESPECIALIZADAS Y EL PERFIL DE LAS MUJERES QUE VIAJAN “SOLAS”	408
MERITXELL LÓPEZ FOLCH	

SECCIÓN IV
MUJERES EN ESTUDIOS STEM

CAPÍTULO 26. ANÁLISIS ACERCA DE LAS PERCEPCIONES E IMPRESIONES SOBRE LAS POSIBLES CAUSAS QUE DETERMINAN UNA BAJA REPRESENTACIÓN FEMENINA EN EL SECTOR STEM	433
CRISTINA BERMEJO TORRES MARÍA JOSÉ MERCHAN GARCÍA MARIO CORRALES SERRANO	
CAPÍTULO 27. COMPORTAMIENTO DE LA MATRÍCULA: INGENIERAS EN EL TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO / INSTITUTO TECNOLÓGICO DE OAXACA	460
DALIA SILVA MARTÍNEZ OTILIA PÉREZ LÓPEZ CLARA AURORA SÁNCHEZ DÍAZ ANAYANSI CRISTINA HERNÁNDEZ ABREGO	

CAPÍTULO 28. EU PROJECTS ON WOMEN IN STEAM SECTORS:
ASSESSING GENDER GAP IN SCIENCE 481

TATIANA BUELVAS-BALDIRIS
RAINER RUBIRA-GARCÍA
RASA POCEVICIENÉ

CAPÍTULO 29. LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES COMO RECURSO
PARA LA ALFABETIZACIÓN DIGITAL: UNA PROPUESTA DIDÁCTICA . 503

AINHOA RESA OCIO
MARÍA CASAS BAÑARES
MIRIAM REVUELTA VIDAL

CAPÍTULO 30. ACERCANDO A LAS NIÑAS AL ÁMBITO STEAM:
UNA PROPUESTA COMPUTACIONAL DESENCHUFADA DESDE LA
ENSEÑANZA MUSICAL 523

CARMEN MARÍA SEPÚLVEDA DURÁN
CRISTINA MARÍA GARCÍA FERNÁNDEZ
AZAHARA ARÉVALO GALÁN

SECCIÓN V

ACTIVISMO FEMINISTA EN LAS REDES SOCIALES

CAPÍTULO 31. FEMINISMO Y REDES SOCIALES: ¿ALIANZA EFECTIVA
O ACTIVISMO LÍQUIDO? EL CASO DE TWITTER..... 538

ANA CUERVO POLLÁN

CAPÍTULO 32. EL DERECHO AL OLVIDO, CIBERACTIVISMO
INVOLUNTARIO, DOS CASOS DE ESTUDIO EN MÉXICO Y SU
PRESENCIA EN REDES SOCIALES..... 556

YOLANDA MONTEJANO HERNÁNDEZ
LAURA LIZETH CAMPOS GUIDO

CAPÍTULO 33. ACUERPARSE DESDE LOS MÁRGENES. ANÁLISIS
DEL #ORGULLOLOCO DESDE UNA PERSPECTIVA FEMINISTA..... 571

PAULA FRIEIRO
SABELA PÉREZ-MARTÍN

CAPÍTULO 34. FEMINISMOS Y TIKTOK: ¿UNA POSIBLE ALIANZA? .. 588

SILVIA GAS BARRACHINA

CAPÍTULO 35. TRABAJO SOCIAL, PARTICIPACIÓN POLÍTICA EN LA
ERA DIGITAL Y FEMINIZACIÓN 2.0: UN ESTUDIO CUANTITATIVO . 604

EVELIA MURCIA-ÁLVAREZ
XOÁN LOMBARDEIRO-POSADA
FRANCISCO JAVIER AGUIAR-FERNÁNDEZ

CAPÍTULO 36. LAS RESPUESTAS EN RED DE LAS ENTIDADES
RELIGIOSAS FRENTE A LAS VIOLENCIAS CONTRA LAS MUJERES . 629

MARÍA ESPERANZA ADRIANZÉN OLIVOS

CAPÍTULO 37. EL ENFOQUE INTERCONFESIONAL Y SU CONTRIBUCIÓN A LA LUCHA CONTRA LA CIBERVIOLENCIA HACIA LAS MUJERES RELIGIOSAS	649
MARÍA ESPERANZA ADRIANZÉN OLIVOS	

TERCERA PARTE
CULTURA Y COEDUCACIÓN EN INTERNET

SECCIÓN I
CULTURA DIGITAL

CAPÍTULO 38. LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORAL DE LAS MUJERES A TRAVÉS DE LA AUTO-OBJETIVACIÓN EN LAS REDES SOCIALES	665
ROSANA MARTÍNEZ ROMÁN	
YOLANDA RODRÍGUEZ CASTRO	
MARIA LAMEIRAS FERNÁNDEZ	
CAPÍTULO 39. IMPACTO Y ANÁLISIS SOBRE LA CONCEPCIÓN E IDEALIZACIÓN DE FEMINISMO DE LOS Y LAS INFLUENCERS EN LAS CONDUCTAS DE LOS Y LAS ADOLESCENTES.....	682
GEMA NAVARRO GAITÁN	
PRISCILA AILÉN BARBERO	
CAPÍTULO 40. LA IMAGEN DE LA MUJER EN LA MÚSICA ACTUAL..	700
ROCÍO SIBAJA CUMPLIDO	
CAPÍTULO 41. INSTAPOETRY AND THE CREATION OF AFFECTIVE ONLINE COMMUNITIES	716
IRENE MARTÍNEZ MISA	
CAPÍTULO 42. ANÁLISIS DE LOS PERSONAJES FEMENINOS “VALIENTES ” Y “ROMÁNTICOS” EN DOS PELÍCULAS CHINAS.....	734
QIANYING DU	
CAPÍTULO 43. DE LA LITERATURA A LA CULTURA DIGITAL: EL VIAJE DE LOLITA DE LA NOVELA A <i>TUMBLR</i>	747
MÓNICA MARÍA MARTÍNEZ SARIEGO	
CAPÍTULO 44. LA INFLUENCIA DE MAYA DEREN Y BARBARA HAMMER EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL FEMINISTA ACTUAL. INTIMIDAD Y SIMBOLOGÍA EN UN NUEVO RELATO FÍLMICO	771
RUBÉN DÍAZ DE GREÑU MARCO	
CAPÍTULO 45. VIOLENCIA SIMBÓLICA EN LAS CAMPAÑAS CONTRA LA TRATA, UNA FORMA DE SEXISMO INSTITUCIONAL ...	789
SABELA PÉREZ-MARTÍN	
PAULA FRIEIRO	

CAPÍTULO 46. FEMVERTISING COMO ESTRATEGIA DE LA PUBLICIDAD AUTOMOVILÍSTICA	808
ONÉSIMO SAMUEL HERNÁNDEZ GÓMEZ	
CAPÍTULO 47. EL PAPEL DE LA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL EN LA PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD	827
ONÉSIMO SAMUEL HERNÁNDEZ GÓMEZ	
CAPÍTULO 48. EL IMPACTO DE INTERNET EN EL DISCURSO DE GÉNERO EN LA RADIO ESPAÑOLA. EL CASO DE RADIO UNIVERSIDAD DE SALAMANCA.....	844
ELENA VILLEGAS CARA	

SECCIÓN II

PROYECTOS COEDUCATIVOS MEDIANTE USO DE LAS TIC

CAPÍTULO 49. REALIDAD AUMENTADA Y GEOLOCALIZACIÓN PARA REVALORIZAR LA FIGURA DE LA MUJER.....	862
CRISTINA BERMEJO TORRES	
MARÍA JOSÉ MERCHAN GARCÍA	
MARIO CORRALES SERRANO	
CAPÍTULO 50. METODOLOGÍAS ACTIVAS PARA LA HISTORIA DE LAS MUJERES: UNA PROPUESTA BASADA EN LAS <i>KNOWLEDGE PILLS</i>	886
BENITA HERREROS CLERET DE LANGAVANT	
AURELIO VELAZQUEZ HERNÁNDEZ	
TOMÁS A. MANTECÓN MOVELLÁN	
RUBÉN CASTRO REDONDO	
CAPÍTULO 51. APRENDER HISTORIA, CON GÉNERO, EN LA ERA DIGITAL	904
TOMÁS ANTONIO MANTECÓN MOVELLÁN	
BENITA HERREROS CLERET DE LANGAVANT	
RUBEN CASTRO REDONDO	
AURELIO VELÁZQUEZ HERNÁNDEZ, AURELIO	
CAPÍTULO 52. HILMA AF KLINT Y MARGARET KEANE, UNA VIDA DE PELÍCULA. CORTOMETRAJES PARA LA DIDÁCTICA EN IGUALDAD DE LA HISTORIA DEL ARTE	921
SANDRA GARCÍA - SINAUSÍA	
ANA VALTIERRA LACALLE	
CAPÍTULO 53. EXPERIENCIAS MUSEÍSTICAS QUE VISIBILIZAN LA FIGURA DE LA MUJER A TRAVÉS DEL USO DE LA TECNOLOGÍA...	936
CRISTINA BERMEJO TORRES	
MARÍA JOSÉ MERCHAN GARCÍA	
MARIO CORRALES SERRANO	

CAPÍTULO 54. POESÍA Y PERSPECTIVA DE GÉNERO. UNA PROPUESTA DIDÁCTICA A PARTIR DEL USO DE LAS TIC	954
JOAN CALSINA FORRELLAD	
CAPÍTULO 55. DEL ACTIVISMO DIGITAL A LOS PATIOS ESCOLARES COMO ESTRATEGIAS EDUCATIVAS PARA IMPULSAR LA IGUALDAD .	976
CRISTINA M ^a GARCÍA FERNÁNDEZ	
AZAHARA ARÉVALO GALÁN	
CARMEN M ^a SEPÚLVEDA DURÁN	
CAPÍTULO 56. MENSTRUACIÓN, SALUD REPRODUCTIVA Y VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES. UNA PROPUESTA DE USO DE LAS TIC PARA RESIGNIFICAR LA MENSTRUACIÓN CONFIGURANDO REDES DE CONOCIMIENTO COLECTIVO.	994
ARACELI COUCE GARCÍA	
CAPÍTULO 57. TERTULIAS DIALÓGICAS PEDAGÓGICAS EN ENTORNOS DIGITALES: UN ESTUDIO BIBLIOGRÁFICO DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO	1014
AZAHARA ARÉVALO GALÁN	
CARMEN M ^a SEPULVEDA DURÁN	
CRISTINA M ^a GARCÍA FERNÁNDEZ	
CAPÍTULO 58. REALIZACIONES DISCURSIVAS DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA PRENSA FEMENINA DEL S. XIX: EL PROYECTO DE HUMANIDADES DIGITALES <i>GENVIPREF</i>	1032
ANTONIO TERRÓN BARROSO	

SECCIÓN III

LA BRECHA DIGITAL FEMENINA

BRECHA DIGITAL DE GÉNERO, HABILIDADES SOCIO-EMOCIONALES Y EMPODERAMIENTO FEMENINO EN ÁFRICA

SOLEDAD VIEITEZ CERDEÑO

AFRICAIInEs e Instituto de Estudios de las Mujeres y de Género (UGR)

ROSER MANZANERA RUIZ

AFRICAIInEs e Instituto de Estudios de las Mujeres y de Género (UGR)

ESTEFANÍA CANO BELÉN

AFRICAIInEs (SEJ-491) (Universidad de Granada, UGR)

1. INTRODUCCIÓN

A finales del siglo XX y principios del siglo XXI las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se expandieron de manera exponencial en el mundo, impactando en distintas esferas de la vida, llevando a que la sociedad no pueda “ser comprendida o representada sin sus herramientas técnicas” (Castells, 1996: 30).

Las TIC han introducido la instantaneidad y la comunicación en tiempo real en la forma en que la sociedad interactúa, lo que ha tenido un impacto significativo en nuestra cultura. Esto, a su vez, ha planteado desafíos respecto a que todas las personas adquieran las habilidades y competencias necesarias para participar plenamente en la sociedad de la información, ya que la mayoría de las personas aún se limitan solo a consumir información en el entorno digital y no están plenamente integradas en la sociedad informacional.

A pesar de vivir en una era digital, donde el sistema capitalista sigue siendo predominante, no todas las personas tienen igualdad de acceso o fortalecidas las habilidades necesarias para utilizar las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Esta disparidad profundiza las desigualdades en un mundo globalizado e interconectado. Esta falta de

igualdad en el acceso y uso de las TIC no solo se observa en la comparación entre países desarrollados y en desarrollo, sino también dentro de los propios países, especialmente en aquellos menos desarrollados.

Para participar plenamente en la Sociedad de la Información, es esencial tener acceso a la información a través de dispositivos electrónicos. Sin embargo, este acceso no es uniforme en todas las regiones, lo que da lugar a una nueva forma de exclusión conocida como la brecha digital, especialmente evidente en países en desarrollo y en regiones con altos niveles de desigualdad, como África y América Latina.

No obstante, siguiendo la perspectiva de Katz y Hilbert (2003), la adopción de las TIC, siempre y cuando se garantice el acceso y su uso efectivo, puede representar una oportunidad para combatir la pobreza y reducir las desigualdades. Por lo tanto, asegurar el acceso y la utilización de las TIC es de vital importancia en el contexto de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas. Esta agenda busca la construcción de sociedades del conocimiento inclusivas, basadas en los derechos humanos, el empoderamiento y la igualdad de género. Las TIC desempeñan un papel fundamental en el avance hacia la consecución de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), específicamente en los objetivos relacionados con la educación de calidad, igualdad de género, infraestructuras, reducción de las desigualdades, paz, justicia, instituciones sólidas y alianzas para alcanzar los objetivos.

La brecha digital de género persiste en muchos países, y particularmente en el continente africano, por diversos factores como la falta de acceso a la infraestructura tecnológica, la alfabetización digital limitada, la falta de modelos y referentes femeninos en el sector tecnológico, así como la violencia de género en línea que desalienta la participación activa de las mujeres, limitando el acceso de las mujeres a las TIC. Además, existen sesgos de género en las TIC y la inteligencia artificial, que perpetúan estereotipos y discriminaciones. En paralelo, según análisis de McKinsey (2022), la economía femenina está siendo el mercado emergente más grande del mundo y se espera que para el 2025 aporte 12 billones de dólares al PIB mundial. No obstante, según un informe de la UNESCO (2019), solo el 29% de los puestos de I+D científicos en el mundo son

ocupados por mujeres y, además, son 25% menos propensas que los hombres a utilizar las TIC para usos básicos.

Ninguna economía puede sostenerse ni desarrollarse sin las mujeres por lo que es menester acompañarlas en su empoderamiento digital para que aumenten su participación en la fuerza de trabajo y producir un crecimiento económico más rápido e impacto social hacia una equidad de género. Sin embargo, son escasas las investigaciones que abordan la brecha digital en el uso, acceso y sesgos de las TIC como posibles generadoras de nuevas desigualdades en la integración social y económica de las mujeres. En este contexto, el presente documento aborda las transformaciones sociales de equidad de género en la incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el continente africano, para amplificar las oportunidades de las mujeres (y detectar los desafíos) en su inserción económica y social, mediante un análisis crítico de la brecha digital de acceso y uso de las TIC, incluyendo la IA, con perspectiva de género, para luego reconocer habilidades socioemocionales (como la confianza, la resiliencia, la capacidad de comunicación y la negociación). Además, se reflexionará sobre la importancia del empoderamiento de las mujeres para el desarrollo económico de África, aportando resultados preliminares del proyecto DIGITALFEM: “Transición digital, cohesión social e igualdad de género: bancas móviles y empoderamiento femenino digital en África”, Ref.: TED2021-130586B-I00.

1.1. ECONOMÍA FEMENINA Y DIGITAL

El mercado tecnológico está experimentando un crecimiento sin precedentes y está en camino de convertirse en el mercado emergente más grande del mundo. Las proyecciones indican que para el año 2025, este mercado aportará una asombrosa cifra de 12 billones de dólares al Producto Interno Bruto (PIB) mundial.

A pesar del rápido crecimiento del mercado tecnológico, persisten desafíos significativos en la representación de género en el campo de la investigación y desarrollo (I+D) científico. En este sentido, solo el 29% de los puestos de I+D científicos en todo el mundo son ocupados por mujeres. Además de la desigualdad en la representación en I+D, las

mujeres enfrentan otra brecha en el ámbito tecnológico, dado que son un 25% menos propensas que los hombres a utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para usos básicos. Esto incluye actividades esenciales como el acceso a Internet, el uso de aplicaciones y la adopción de herramientas digitales en la vida cotidiana.

El IFC (Corporación Financiera Internacional, del Banco Mundial) estima que para 2030 el 65% de las personas contratadas en empresas africanas necesitarán habilidades digitales básicas. Además, la industria tecnológica de África se estima que tiene un valor de 4.77 mil millones de dólares y se espera que duplique su crecimiento para el año 2030. Por tanto, la brecha de género en la adopción tecnológica tiene implicaciones significativas en la participación económica y social de las mujeres en una sociedad cada vez más digitalizada.

1.2. BRECHA DIGITAL DE USO Y ACCESO

1.2.1. Brecha digital de acceso

Dentro del contexto de África subsahariana, se manifiesta una brecha digital de género que presenta un desafío significativo, caracterizándose por una disparidad del 43% en el acceso a Internet, según datos proporcionados por la UNESCO. A nivel continental, la situación resulta igualmente preocupante, dado que la proporción de mujeres que hacen uso de Internet se encuentra un 12% por debajo de la de los hombres. Es importante señalar que esta disparidad no es homogénea y presenta variaciones significativas entre distintos países africanos. En algunas naciones, como Tanzania y Guinea Bissau, la discrepancia alcanza cifras alarmantes, llegando hasta un 31%. Estas estadísticas subrayan la urgente necesidad de abordar de manera eficaz la brecha digital de género en África, asegurando que todas las personas, sin distinción de género o ubicación geográfica, gocen de igualdad de acceso y oportunidades en el contexto de un mundo digital en constante expansión.

El desarrollo de las habilidades socioemocionales y las TIC

Poseer habilidades digitales no equivale necesariamente a ser competente en el uso de las tecnologías. Para integrarse plenamente en la

sociedad actual, se deben desarrollar competencias digitales y habilidades que permitan a las personas, incluyendo a las mujeres emprendedoras digitales en África, participar plenamente como ciudadanas activas.

El acceso y el uso efectivo de las tecnologías digitales requieren un conjunto distinto de habilidades, incluyendo la capacidad de interactuar con interfaces digitales, navegar por documentos hipertextuales, dar sentido a diversos tipos de datos e información, comunicarse a través del correo electrónico y ser crítico ante el gran caudal de imágenes, sonidos y contenido audiovisual (Area Moreira, 2008). Por tanto, aquellas personas que carecen de habilidades digitales y competencias necesarias para un uso efectivo de las TIC enfrentan el riesgo de quedar marginados en la sociedad del siglo XXI. Para abordar esta realidad, es esencial enfocarse en la apropiación de las tecnologías, que va más allá del simple uso y se centra en la creación y colaboración entre usuarios.

En este contexto, las habilidades digitales se vinculan estrechamente con el marco conceptual de UNICEF sobre las 12 habilidades transferibles, que incluyen habilidades cognitivas, instrumentales, individuales y sociales, esenciales para el aprendizaje continuo y el desarrollo de ciudadanos activos. Estas habilidades son fundamentales para el uso efectivo de las TIC, y, a su vez, el desarrollo de habilidades digitales fortalece estas habilidades transferibles (UNICEF, 2021: 3).

Las habilidades transferibles se desglosan en cuatro dimensiones esenciales, cada una de las cuales abarca habilidades específicas:

1. Dimensión Cognitiva: se incluyen habilidades tales como la capacidad para resolver problemas de manera efectiva, fomentar la creatividad y aplicar un pensamiento crítico para analizar situaciones complejas.
2. Dimensión instrumental: se centra en habilidades que facilitan la colaboración y el trabajo en equipo, la capacidad para negociar de manera efectiva y la toma de decisiones informadas y estratégicas.
3. Dimensión individual: abarca habilidades relacionadas con el autocontrol y la autorregulación, la resiliencia para afrontar

desafíos y la comunicación efectiva tanto en la expresión de ideas como en la comprensión de otros.

4. Dimensión Social: se enfoca en habilidades que promueven la empatía hacia los demás, la participación activa en la sociedad y el respeto por la diversidad cultural y de pensamiento.

Estas dimensiones, con sus respectivas habilidades, forman un conjunto integral de competencias transferibles que son esenciales para la adaptación y el éxito en entornos diversos y en constante cambio, como el mundo digital actual. Es evidente que las TIC pueden fortalecer el desarrollo de estas habilidades transferibles, como la resolución de problemas, la creatividad y la colaboración. Por otro lado, es esencial desarrollar estas habilidades en la ciudadanía para que puedan utilizar las TIC de manera consciente y efectiva.

Para aprovechar plenamente las oportunidades que ofrece la era digital y fomentar el emprendimiento digital en África, es necesario no solo estar alfabetizado en habilidades digitales, sino también desarrollar competencias que permitan un uso efectivo de la tecnología y un aprendizaje continuo en un entorno digital en constante evolución. En este contexto, potenciar las habilidades socioemocionales desempeña un papel fundamental para el empoderamiento de las mujeres emprendedoras digitales en su inclusión en la economía digital del siglo XXI.

2. OBJETIVOS

2.1. GENERALES

- Identificar y documentar habilidades socioemocionales que las africanas emprendedoras digitales podrían desarrollar (o desarrollan ya) con vistas a lograr su plena inclusión en la economía digital del siglo XXI.
- Identificar, sistematizar y analizar el uso de las tecnologías móviles en Bissau y Dar es-Salam, para etnografiar el empoderamiento digital femenino en el sector empresarial agroalimentario, así como ahondar en las particularidades de la brecha digital en dichos contextos.

2.2. ESPECÍFICOS

- Identificar y mapear tecnologías financieras digitales utilizadas por emprendedoras digitales del sector agroalimentario de Bissau y Dar es-Salam que promuevan sus habilidades socioemocionales, capacidades de acción y empoderamiento.
- Detectar, documentar y analizar la influencia mutua de las instituciones económicas locales de las mujeres empresarias (*ton-tina, kibaty, upatu...*) y el uso de la banca móvil con el empoderamiento femenino (compatibilidad cultural digital).
- Diseñar y poner en marcha una herramienta digital no sólo con datos de interés para las emprendedoras, sino también con potencial para la disminución de la brecha digital femenina, mediante el desarrollo de habilidades socioemocionales, entre otros.

3. METODOLOGÍA

El trabajo de campo está teniendo lugar desde principios de 2023 en las ciudades de Bissau y Dar es-Salam por parte de equipos de sociólogas y antropólogas del país, con conocimiento del criollo y suajili respectivamente. Aquí esbozamos apenas algunas líneas de interés, muy preliminares, estando aún en proceso de finalizar la recogida de datos y, por consiguiente, el análisis de toda la información etnográfica. No obstante, manejamos la siguiente hipótesis de partida, a saber: el uso de tecnología digital, culturalmente compatible – esto es, basada en fórmulas financieras de carácter informal, utilizadas previamente en los contextos elegidos – contribuye al empoderamiento femenino y al desarrollo de habilidades socioemocionales con potencial para reducir la brecha digital de género.

La metodología es cualitativa y está basada, principalmente en entrevistas etnográficas a informantes del sector. Una definición básica de empoderamiento digital referiría, en este caso, al uso de tecnologías y recursos digitales de forma que las personas, las empresas y las organizaciones adquieran un mayor control sobre sus vidas, su trabajo y su entorno. ¿Hasta qué punto cuentan las empresarias africanas del sector agroalimentario de Bissau y Dar con habilidades para acceder y usar

herramientas digitales, así como para compartir información y recursos de cara a una mejor comunicación y una colaboración más eficaz con otras personas o para participar en nuevos mercados y crear nuevas oportunidades de crecimiento y desarrollo para sus respectivos países?

4. DISCUSIÓN

Esta investigación enlaza con los objetivos de las políticas globales de desarrollo para generar un entorno global, digitalizado, sostenible y más innovador, sobre la base del dinero móvil. “África debe pensar a lo grande en el desarrollo digital” es el lema de *The Digital Economy Initiative for Africa* (DE4A), preparada por la Unión Africana (AU, 2017). En esta última década, la juventud africana cuenta con una oportunidad única, en clave de tecnología digital, para el desarrollo de todo su potencial, la apertura de nuevas vías de rápido crecimiento económico, así como la innovación, la creación de empleo y el acceso a servicios. Con todo, el acceso digital es aún limitado en el continente y existe el riesgo de una brecha digital creciente, no sólo entre quienes tienen o no identificación digital, sino también desde la perspectiva de género. ¿Constituye la economía digital ese motor de crecimiento e innovación que las economías precisan para superar la brecha digital existente? El buque insignia del Banco Mundial, con la *Iniciativa DE4A* de la Unión Africana, responde afirmativamente a dicho interrogante y alaba su papel en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El Foco África 2023, programa de acción del III Plan África de la Cooperación Española (“España y África: desafío y oportunidad, 2019-2022”) (Gobierno de España, 2019), cuyos objetivos se conectan con la Estrategia de Acción Exterior 2021-2024 del Gobierno de España, encaja en esta propuesta por la vía de la transformación digital y el empoderamiento femenino (Gobierno de España, 2021).

Destacamos, además, la importancia de la Agenda 2063 de la Unión Africana, como marco compartido para el crecimiento integrador y el desarrollo sostenible de África. En 2013, fue acordado por los líderes africanos, mediante la Declaración Solemne del 50º Aniversario, con motivo de la conmemoración del Cincuentenario de la Organización de

la Unidad Africana (OUA) y nos parece especialmente relevante que se base en las iniciativas continentales pasadas y presentes para el crecimiento y el desarrollo sostenible, a través de las cuales pretende acelerar su aplicación. Hay varios factores que favorecen la transformación digital en el continente africano, tales como la demografía creciente con un gran grupo de población joven, los datos de crecimiento económico – reflejados en los discursos del “*Africa Rising*” y la creatividad de la última década (Vieitez & Cunha, 2022) – los cuales han revertido en la innovación digital, especialmente (aunque no solo) en el sector de los teléfonos inteligentes - o las iniciativas de transformación digital de los propios países. Es obvio que la pandemia del COVID-19 también ha contribuido a acelerar algunos de estos procesos, ya en marcha desde mucho antes, por las ventajas de comunicación que acompañaron a la introducción masiva de teléfonos móviles. El gran número de población urbana joven tiene incidencia en el consumo y el crecimiento tecnológico y económico. Un síntoma de todo esto ha sido la proliferación de métodos de pago electrónicos, algunos de los cuales son producidos localmente en África, tales como M-pesa (Hughes & Lonie, 2007).

La región de África al sur del Sahara ofrece los mejores datos en cuanto a la reducción de la brecha de género desde 2006, que ha superado el 67,9% en 2022. Ruanda, Namibia y Sudáfrica se sitúan en los puestos más altos en este sentido, mientras que los países de Malí, Chad y República Democrática del Congo se encuentran entre los más bajos (World Economic Forum, 2022). Estos datos positivos tienen que ver fundamentalmente con el aumento de puestos ocupados por mujeres en los parlamentos nacionales (Chad, Guinea, Cabo Verde y Costa de Marfil), pero también por ocupar o haber sido elegidas o nombradas Jefas de Estado el pasado año. Tal ha sido el caso de Etiopía, Togo, Tanzania y Uganda, lo que mejoró la puntuación de estos países en cuanto a la paridad de género en el indicador correspondiente. La disparidad en este sentido entre Guinea Bissau y Tanzania es notable: Guinea alcanza 13,9% de representación parlamentaria femenina y 15,8 de mujeres ministras (3 de 19 ministerios), mientras que Tanzania cuenta con Jefa del Estado, 37,4% de mujeres con asientos parlamentarios y 30% de ministras en el gobierno (6 de 20 ministerios).

Ciertamente, los gobiernos de Guinea Bissau y Tanzania sintonizan con las políticas globales de desarrollo económico y digital de la Unión Africana, las cuales están financiadas por el Banco Mundial (Nogueira-Budny Et Al., 2022; World Bank, 2020). Las economías de Egipto, Kenia, Ghana, Nigeria y Sudáfrica han gestionado la transición a la tecnología digital más rápidamente que otros, acompañada de infraestructura adecuada y marcos políticos pertinentes que les permiten ofrecer un sofisticado sistema de pagos electrónicos. Seguramente hasta casi la mitad de los futuros ingresos por pagos electrónicos en el continente muy pronto procedan de esos cinco países, con Nigeria mostrando el crecimiento más rápido (35% anual). Ghana, Costa de Marfil, Kenia, Senegal y Uganda apuntan a un crecimiento superior al 20% anual (McKinsey, 2022). En cuanto a los países objeto de nuestra investigación, para nada son los que experimentan un cambio más acelerado, ni los que cuentan con el más alto nivel en cuanto a transición digital. De hecho, en Bissau el dinero móvil para cualquier transacción financiera supone el 6,71% mientras que en Dar es-Salam supone el 46,17%. Con todo, estas áreas de Bissau y Dar es-Salam ofrecen dos buenos casos de estudio y comparación en cuanto a la adopción de dinero móvil para transacciones financieras a las empresas femeninas del sector agroalimentario y sus efectos en el empoderamiento femenino a partir de prácticas existentes y, por ello, mismo culturalmente compatibles.

En los países africanos también el emprendimiento es característicamente femenino. Las actividades empresariales de las mujeres superan a las de los hombres en las economías africanas de Uganda, Ghana, Angola y Nigeria, entre otras del mundo. Bien es verdad que las mujeres de estas economías tienden a estar marginadas en cuanto a oportunidades empresariales, profesionales, educativas y de servicios financieros, y con acceso desigual a la financiación de capital. No obstante, estas emprendedoras están desafiando sus probabilidades con actitudes y percepciones empresariales positivas y saludables. Esto lo muestra claramente el caso de Angola con un alto porcentaje de mujeres emprendedoras, cuyos deseos de marcar diferencias de cara a la transformación social y aumentar su riqueza, las hace singulares, pero también el caso de países como Botsuana y Uganda (MCIWE, 2022). En 2019, Uganda

ocupaba el primer lugar en el emprendimiento femenino del mundo, seguida de Ghana, Botsuana, Malawi y Angola (MCIWE, 2019). A día de hoy, el ranking está encabezado por Botsuana en cuanto al porcentaje de dueñas de los negocios, seguida de Uganda en segundo lugar y de Ghana en tercer lugar. Estos datos no son menores porque hablamos del ranking mundial. El siguiente país africano, en dicho elenco, sería Malawi que ocupa el puesto número diez del mundo, precedido por varios países del mundo como Portugal o España (MCIWE, 2022).

Muy importante además, cuando abordamos el empresariado femenino en el ámbito del desarrollo y la cooperación, es el dato en cuanto a la diferencia entre los negocios motivados por la necesidad (o por la supervivencia) y aquellos impulsados por la búsqueda de oportunidades y/o la promoción económica. Los datos oficiales a este respecto para Guinea Bissau y Tanzania, flagrantemente ausentes del *Índice MasterCard of Women Entrepreneurs*, serían importantes en comparación con los otros casos africanos mencionados. En Uganda, por ejemplo, 77,8% de las emprendedoras están motivadas por las oportunidades, frente al 21,9% impulsadas a los negocios por la necesidad o la propia supervivencia. En contraste, el país de Ghana arroja otros datos: 59% (oportunidad) frente a 39,9% (necesidad), aunque vemos que el emprendimiento por la mera supervivencia es siempre menor en estos casos africanos (a diferencia del panorama que muestra a menudo los datos de la cooperación para el desarrollo internacional). En nuestro estudio sobre cómo las bancas móviles contribuyen al empoderamiento de las empresarias locales de Bissau y Dar es-Salam es absolutamente relevante establecer una tipología de los negocios del sector agroalimentario de cada una de esas ciudades, como hemos hecho recientemente para el caso de Uganda (cf. Vieitez, Manzanera y Namasembe, 2023); sobre todo, con vistas a visibilizar la capacidad de agencia de las mujeres africanas en este sentido. Normalmente se asocia la informalidad de la economía, emprendimientos incluidos, con la informalidad, cuando los datos revelan en los casos africanos que las empresarias poseen actitudes, aptitudes y percepciones propias, deseos de marcar una diferencia en la economía y, cómo no, incrementar sus ingresos y mejorar su calidad de vida.

5. CONCLUSIONES

Contamos por ahora con resultados muy preliminares de la investigación que apenas nos permiten aportar sino algunas reflexiones. A priori los contextos de Guinea Bissau y Dar es-Salam son claramente distintos, incluso geográficamente (ubicados en África occidental y en la región oriental del continente, respectivamente). Además, los datos reflejan bien grandes diferencias. Ya lo hemos comentado, los usos del dinero móvil y la digitalización en ambos países es muy distinta; en Bissau el uso de dinero móvil para cualquier transacción financiera es del 6,71%, mientras que en el caso de Dar es-Salam alcanza el 46,17%.

La ciudad de Bissau cuenta con 492.000 habitantes, mientras que Dar es-Salam alcanza los 5,7 millones, según datos (en ambos casos) de las fichas país de la Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación del Gobierno de España. En cuanto al peso de la agricultura en el PIB, para Guinea Bissau es del 44% frente al 28,2% de Tanzania, ocupando el sector terciario o de servicios, respectivamente, el 43% y el 37%.

El III Plan África de la cooperación internacional española (“España y África: desafío y oportunidad, 2019-2022) (Gobierno de España, 2019) identifica a Tanzania como país prioritario (que sólo financia por vía multilateral y no bilateral), mientras que Guinea Bissau sí lo fue durante los tres primeros Planes Directores de la Cooperación, entre 2006 y 2011, pero no está definido como tal. Por otro lado, Guinea Bissau designa a España como donante facilitador en el programa del Marco Integrado Mejorado (MIM), en la Organización Mundial del Comercio (OMC), y recibe ayuda de la sociedad civil española y de fondos públicos de Comunidades Autónomas (Andalucía, Cantabria, Galicia o Extremadura) o de la Unión Europea.

En cuanto a la presencia de empresas españolas en Tanzania esta es mínima y, dentro del sector alimentario, tiene relación con la pesca (del atún, por ejemplo), mientras que en Guinea Bissau se ha ido incrementando desde 2008 con el proceso de internacionalización de aquellas. En este sentido, este último país cuenta con las siguientes empresas del sector alimentario: Grupo Arrey (transformación y exportación de

anacardo); Grupo Santy (más diversificada, se dedica también al sector del anacardo o el agua mineral, produciendo además la única cerveza del país); AgroGeba, muy controvertida, centrada en el sector del arroz (producción y distribución), producto primordial de consumo; Grupo Sanchís (agroindustria), de reciente implantación.

El proceso de digitalización en ambas regiones es también distinto. Las políticas gubernamentales de Tanzania para emprender un rápido crecimiento de la infraestructura lo han convertido en uno de los países de África Oriental con una rápida digitalización en la región (Osakwe et al, 2023; Salaam et al., 2018). Por ejemplo, ocupa el puesto 103 en el índice de innovación global de 2022, en una región como la africana, donde las economías más innovadoras fueron las de Sudáfrica, Botsuana y Kenia (*Ibidem*). La apertura a la digitalización después de la pandemia de COVID en Tanzania no solo ha aumentado la participación económica digital general (Ismail, 2023), sino que también ha empujado a las mujeres al debate digital mediante el uso de tecnología de dinero móvil en el emprendimiento femenino (AFI, 2016). Con todo y a pesar de este aumento, las estadísticas muestran que el 77 % de las mujeres posee un teléfono móvil en comparación con el 86 % de los hombres (UNESCO, 2022), lo que sugiere una brecha digital y desafíos para la igualdad de género dentro de la economía digital en Tanzania, considerada una economía de ingresos de nivel medio bajo (Índice de Innovación Global, 2022).

La situación de Guinea Bissau es bien distinta en materia de digitalización y brecha digital de género, especialmente dada la inestabilidad política del país durante décadas. El país cuenta con un mercado relativamente pequeño e inexplorado, con enorme potencial para el crecimiento de carácter innovador y sostenible, a tenor del reciente Foro de Inversión y Comercio *Bissau Rising*, organizado por el Gobierno de Guinea Bissau y las embajadas de Sudáfrica, Cabo Verde y Nigeria, en el marco del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) con presencia del representante residente en el país, Tjark Egenhoff. Este foro representó el encuentro entre inversores y empresarios de los cuatro países implicados, a fin de crear oportunidades vía cooperación, fomentar innovación y generar nuevos valores económicos mediante asociaciones y negocios entre empresarios de Guinea Bissau, Sudáfrica, Cabo Verde

y Nigeria, los cuatro países implicados en esta iniciativa. El Plan Nacional de Desarrollo de Guinea Bissau recoge estos aspectos de promoción económica como prioridades nacionales. Un aspecto importante que resaltar en torno a este país es la entrada del narcotráfico de cocaína (sobre todo, desde Colombia), en particular, desde los máximos históricos que alcanzara el producto desde 2019 en adelante. Siendo un estado frágil de la región ha sido calificado de “narco-Estado” (Vigh, 2017), buena parte de los organismos internacionales se ha centrado en fortalecer la seguridad en el país, esto es, llevar a cabo mejoras en el cuerpo policial o militar (Mateos, 2015).

Entre los mercados de interés en Bissau están el mercado de Bandim (el mayor del país que conecta por carretera el aeropuerto con el centro de la ciudad) y el mercado central (en el propio centro de la ciudad). Vendedores y vendedoras de estos mercados confrontan con la administración y el gobierno, por ejemplo, para eliminarles de los paseos porque, según el Ministro de Administración Territorial, los viandantes ven obstaculizada su circulación por la cantidad de puestos en las aceras de las calles. La especulación con los precios es algo que también genera tensiones, pero quizás inevitable ante el bajo poder adquisitivo de la población, en este período postpandemia y de guerra en Ucrania, para comprar productos de primera necesidad como el arroz o el harina.

Las empresarias de Guinea Bissau están organizadas y quieren empoderarse económica y socialmente. La *Associação de Mulheres de Actividade Económica* (AMAE) es una agrupación de emprendedoras cuyo lema es “producir y vender para sostener a la familia y desarrollar la nación”. Las miembros de la asociación reconocen los retos para su empoderamiento, entre otros, la consideración de su desempeño económico para el desarrollo del país o el reconocimiento de sus maridos (algunos reticentes al emprendimiento de las mujeres). Entre los recursos del sector agroalimentario se encuentra el pescado o el anacardo, pero también las frutas (mango, guayaba, papaya o piña).

Las empresarias de Bissau han visto mejorar sus vidas considerablemente por el uso de las tecnologías digitales (Nogueira-Budny et al., 2022). Ello entronca con el aumento considerable de usuarias y usuarios de internet en la última década y media. Sólo en la primera década de

este siglo, el promedio africano a este respecto creció siete veces por encima del global, superando la conexión digital hoy el 35% de uso. Relacionado con ello, ciertamente, está el hecho de que las conexiones vía satélite eran carísimas y de escasa capacidad hasta 2009. El cambio en este sentido ha supuesto un ritmo vertiginoso de cambio y un crecimiento exponencial del uso de las tecnologías. Hay más de una decena de cables submarinos que conectan el continente con Asia y América, lo que ha reducido sin duda los costes. Se han creado *hubs digitales* para la educación y el emprendimiento en países como Tanzania, Uganda, Kenia o Ghana. Nairobi en Kenia, por ejemplo, lidera en la creación de *startups* (miles de usuarios), si bien a menudo no contamos con datos específicos, desagregados por género, como forma de valorar adecuadamente la brecha digital.

Guinea Bissau, el país donde más avanzado por ahora está nuestro trabajo de campo, también se ha beneficiado de estos cambios y ha emprendido la senda de la digitalización con prisa. Se trata de un país rico, donde se encuentra la mayor cantidad de recursos naturales (en comparación con los países de la región) (Nogueira-Budny et al., 2022). No obstante, hay una significativa brecha de género en cuanto a habilidades digitales, con casi el doble de hombres usuarios de internet (37%), frente al 13% de mujeres) (Nogueira-Budny et al., 2022). Este informe del Banco Mundial, de hecho, recomendaba políticas nacionales de acción afirmativa para la alfabetización digital femenina.

6. AGRADECIMIENTOS/APOYOS

Esta investigación se realiza en el marco del proyecto: "Transición digital, cohesión social e igualdad de género: bancas móviles y empoderamiento femenino digital en África" (DIGITALFEM), Ref.: TED2021-130586B-I00, Proyectos Transición Ecológica y Transición Digital, Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno (España), cuya investigadora principal (IP) es Roser Manzanera Ruiz (Departamento de Sociología e Instituto Universitario de Estudios de las Mujeres y de Género, Universidad de Granada) y la Co-IP Soledad Vieitez Cerdeño (Departamento de Antropología Social e Instituto Universitario de Estudios de

las Mujeres y de Género, UGR) (1.12.2022-30.11.2024). Agradecemos la financiación prestada por MCIN/AEI/ 10.13039/501100011033 y por "European Union NextGenerationEU/PRTR".

7. REFERENCIAS

- AFI. (2016). Tanzania narrows the financial inclusion gender gap. A case study of policy change to support women's financial inclusion. Alliance for Financial Inclusion. Women's World Banking.
- AU. (2017). The Digital Economy Initiative for Africa (DE4A). Unión Africana.
- Area Moreira, M. (2008). Educar para la Sociedad Informacional: Hacia el multialfabetismo. *Revista Portuguesa de Pedagogía*, 42(3),7-22.
- Castells, M. (1996). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. I. Siglo XXI.
- Global Innovation Index. (2022). What is the Future of Innovation-Driven Growth? World Intellectual Property Organization (WIPO).
- Gobierno de España. (2019). III Plan África. España y África: Desafío y oportunidad. Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación.
- Gobierno de España. (2021). Foco África 2023. España y África: Desafío y oportunidad. Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación.
- Hendriks, S. (2019). La bancarización y el futuro de la mujer. *Finanzas y Desarrollo*, 56(1), 24-25.
- Hughes, N. & Lonie, S. (2007). M-PESA: Mobile Money for the "Unbanked" Turning Cellphones into 24-Hour Tellers in Kenya. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 2(1-2): 63–81.
- Ismail, J.I. (2023). Seeing through digitalization! The influence of entrepreneurial networks on market participation among smallholder farmers in Tanzania. The mediating role of digital technology, *Cogent Food & Agriculture*, 9(1).
- Katz, J., y Hilbert, M. (2003). Los caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe. CEPAL.
- Mateos-Martínez, O. (2015). De la "tragedia" al "milagro": África subsahariana en el nuevo contexto multipolar. *Cuadernos Cristianisme i Justícia*, 193.
- MCIWE. (2019). MasterCard Index of Women Entrepreneurs 2019.
- MCIWE. (2020). MasterCard Index of Women Entrepreneurs 2020.

- MCIWE. (2022). MasterCard Index of Women Entrepreneurs 2021.
- McKinsey. (2022). The Future of Payments in Africa. McKinsey & Company.
- Nogueira-Budny, D. et al. (2022). Guinea-Bissau - Digital Economy Diagnostic. The World Bank Group.
- Osakwe, S. et al. (2023). Tanzania's Digitalisation Journey: Opportunities for value creation. GSMA. Mobile for Development.
- Salam, U. et al. (2018). Tanzania case study: Rapid technological change – challenges and opportunities. Pathways for Prosperity Commission Background Paper Series, 7. Oxford, UK.
- UNICEF. (2021). Las 12 habilidades transferibles del Marco Conceptual y Programático de UNICEF. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia.
- UNESCO (2022). Adolescent girls and young women in Tanzania expand digital literacy and skills. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- Vieitez-Cerdeño, S.; Manzanera-Ruiz, R.; Namasembe, O.M.M. (2023). Ugandan Women's Approaches to Doing Business and Becoming Entrepreneurs. *Third World Quarterly*, 44(7): 1435-1454.
- Vieitez-Cerdeño, S.; Cunha, T. (2022). Neoliberal programs in Africa south of the Sahara: Gender-blindness and development “laundering”. Coautora: Teresa Cunha. En F. López-Castellano, C. Lizárraga-Mollinedo y R. Manzanera-Ruiz (Eds.). *Neoliberalism and Unequal Development*: 42-60. Routledge.
- Vigh, H. (2017). Caring through crime: Ethical ambivalence and the cocaine trade in Bissau. *Africa*, 87(3): 479-495.
- World Bank (2020). Tanzania Economic Update. Addressing the Impact of COVID-19, with a Special Section on the Role of ICT. The World Bank Group.
- World Economic Forum (2022). Global Gender Gap Report. The World Economic Forum.

