

LOS POLICY FRAMES DE LA INCLUSIÓN DIGITAL DE LAS MUJERES EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS ESPAÑOLAS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

ROSARIO RODRÍGUEZ-DÍAZ (mrrodri@us.es)

ROCÍO JIMÉNEZ-CORTÉS (rjimenez@us.es)

Universidad de Sevilla, España

RESUMEN

La *Digital Agende for Europe* tiene como propósito principal trazar un plan que materialice el potencial del futuro digital en Europa. Al amparo de las directrices de la Unión Europea, España aprueba en el 2013 su proyecto en materia de políticas públicas en Tecnologías de la Información y Comunicación, condensado en *La Agenda Digital para España*. Con ella se abren importantes oportunidades en el avance hacia una sociedad más incluyente y equitativa. Pero, en su anverso, ésta vertiginosa permeabilidad digital no deja de estar exenta de fracturas que alertan ante este nuevo panorama: brechas digitales discriminatorias que afectan a colectivos y ciudadanos. Las mujeres somos protagonistas de muchas de estas iniciativas, pero también población objeto de las mismas.

El objetivo principal de esta investigación es indagar en la concepción sobre la inclusión digital que tienen los Planes Estratégicos relacionados con la Sociedad de la Información (SI) en España y explorar el papel que juegan en la configuración y priorización de acciones políticas especialmente enfocadas a las mujeres. Esta investigación sigue una metodología mixta, siguiendo un análisis de contenido de tipo cuantitativo y un enfoque fenomenográfico para la interpretación de las concepciones de la inclusión digital. Forman parte de la muestra de análisis un total de 9 Planes estratégicos, 5 Autonómicos y 4 Nacionales. Se efectúa un análisis de contenido de los diferentes planes estratégicos empleando un procedimiento “Word cruncher” a través del programa Atlas-ti (v. 6.2). Asimismo, se emplea la herramienta “object crawler” para el rastreo de palabras específicas de interés para el estudio. Por último, se utiliza la herramienta de “networks” para elaborar redes semánticas que permitan establecer una comparativa entre la terminología empleada en los planes nacionales y autonómicos.

El análisis de contenido de los diferentes planes estratégicos muestra una amplia diversidad de sets terminológicos en cada región autonómica estudiada. Los resultados obtenidos permiten trazar un mapa terminológico por comunidad autónoma que ilustra tanto la interpretación que dan a la Agenda Digital para España como la orientación prioritaria de las acciones políticas que plantean, denotando núcleos de especial relevancia e interés para cada región. Las principales aportaciones de este trabajo resultan útiles para la toma de decisiones y elaboración de las políticas en materia de inclusión digital.

Palabras clave: inclusión digital, *frame analysis*, políticas públicas, sociedad de la información, *policy frames*

Agradecimientos

El presente documento se inscribe dentro del Proyecto I+D “Las mujeres como tejedoras de las redes sociales: estrategias relacionales e inclusión digital” (referencia: EDU2013-45134-P) financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad.

INTRODUCCIÓN. JUSTIFICACIÓN

España, al igual que el resto de las economías europeas, viene desempeñando una significativa labor desde hace más de dos décadas en la elaboración de un conjunto de políticas públicas que fomentan la implantación de las TIC. En concreto, la estrategia *e-Europe* de la Unión Europea inspiró *El Plan de Acción INFO XXI*¹, punto de arranque en materia de Desarrollo de la Sociedad de la Información de la Administración Española en el año 2000. Desde entonces se han venido sucediendo diferentes programas como *España.es*, *Plan Avanza 1* y *Plan Avanza 2*, *Plan Internet Rural*,... enmarcados todos ellos en las consecutivas estrategias de la Unión Europea en aras al logro de la Economía Digital y de la Sociedad de la Información (en adelante SI).

Además, en su compromiso de concretar la *Agenda Digital para Europa (Digital Agenda For Europe -ADE-)*², nuestro país -desde la convicción de la importancia central de las tecnologías digitales en la mejora de la competitividad y productividad y, como requisito indispensable para impulsar la creación del empleo- aprueba la *Agenda Digital para España (2013-2015)* que contiene un *Plan de Inclusión Digital y Empleabilidad*³. En él se enfatiza la importancia de vivir en la Sociedad de la Información (SI) donde toda persona debe estar capacitada para vivir y trabajar en ella. De ahí la necesidad de “impulsar actividades que apoyen la alfabetización digital y la accesibilidad y promuevan la igualdad de oportunidades” (Plan de Inclusión Digital, 2013: 10).

Los potenciales beneficios que aporta la SI están relacionados, entre otros, con las oportunidades para el empleo, el emprendimiento, la formación, la utilización de servicios públicos y privados, la participación social, etc., lo cual podría hacer pensar que las TIC son un medio de superación de la exclusión social (World Bank, 1998; Van Winden, 2001). Sin embargo, se ha puesto de manifiesto casi todo lo contrario: las tecnologías no necesariamente aportan soluciones a brechas existentes dentro de las sociedades (Richardson et al. 2000; Campbell, 2001), sino que incluso pueden

¹<http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/338/02tome338.pdf>

²La ADE es una de las siete iniciativas emblemáticas al amparo de la *Estrategia Europea 2020*, puesta en marcha en marzo de 2010.

³Plan de Inclusión Digital y Empleabilidad, junio 2013 en http://www.agendadigital.gob.es/planes-actuaciones/BibliotecaInclusion/Detalle%20de%20Plan/Plan-ADpE-7_Inclusion-Empleabilidad.pdf

agravarlas (Chigona & Mbhele, 2008). En el caso que nos ocupa, las desigualdades inter-género condicionan el acceso, uso, desarrollo de capacidades y habilidades en el nuevo entorno digital (Norris, 2001; DiMaggio, Hargittai, 2001; DiMaggio *et al.* 2004; van Dijk, 2006; Livingston y Helsper, 2007, Castaño, 2008, 2011; Helsper, 2010). De esta manera, las brechas de género en la SI, siendo una cuestión relevante desde la perspectiva feminista, se convierte en un problema político de primer orden al que se debe dar respuesta. La incorporación de las mujeres a la SI es un factor estratégico fundamental desde una perspectiva competitiva y de bienestar social, elementos clave para superar la actual situación económica, como nos recordó el European Institute for Gender Equality en su reunión de Vilnius (www.ec.europa.eu/dgs/justice/index_eu.htm).

El presente documento se inscribe dentro del Proyecto I+D “Las mujeres como tejedoras de las redes sociales: estrategias relacionales e inclusión digital” (referencia: EDU2013-45134-P) y tiene como principal objetivo desvelar las diferentes representaciones que las Administraciones ofrecen en sus documentos discursivos de la inclusión digital de género, presente en 9 Planes Estratégicos, 5 autonómicos y 4 Nacionales relacionados con la Sociedad de la Información (SI). Además, de evidenciar cuáles son los discursos que con mayor o menor frecuencia se construyen y por qué Administraciones.

Entendemos que los *policy frames* (marcos interpretativos) se convierten en variables de primer orden de tipo subjetivo para el análisis de la concepción de la inclusión digital de los distintos Planes Estratégicos, lo cual va a tener efectos convergentes y divergentes en los resultados de su implementación. Con la elección del análisis de “marcos interpretativos” nos proponemos indagar cómo las mediaciones de los/as distintos/as actores políticos-institucionales van a estar condicionadas por valores, actitudes, prejuicios e ideologías de género, enlazadas en la conformación del contenido de los discursos, en las formas, en las metáforas, etc. Los diferentes documentos son entendidos como construcciones discursivas en las que se presentan relaciones de dominación, exclusión y desigualdad. Su análisis desde un enfoque fenomenográfico cuestiona tales fenómenos, y posibilita una recreación discursiva alternativa al objeto de no reproducir imaginarios de desigualdades de género.

Desde esta consideración, marcar la interpretación de las políticas de inclusión digital de las mujeres puede fijar límites o marcos de dichos discursos, de ahí la pertinencia de conocer en qué medida se ha logrado o está logrando la imposición de unas determinadas interpretaciones u otras, en aras al principio de igualdad en las actuaciones políticas de nuestro país y al cumplimiento de los objetivos fijados por la Estrategia Europa 2020.

DISCURSOS POLÍTICOS EXPLÍCITOS E IMPLÍCITOS: LOS MARCOS INTERPRETATIVOS.

Desde cualquier perspectiva constructivista se entiende que el lenguaje conforma o modela nuestro pensamiento y construye los atributos sobre el mundo referencial. La conciencia de la experiencia surge de su expresión lingüística; el lenguaje determina el pensamiento (Whorf, 1956). En efecto, el lenguaje juega un papel fundamental como mecanismo de construcción de las experiencias externas e internas a las personas. Éstas se categorizan, tipifican mediante esquemas mentales, mediante marcos interpretativos o *frames*⁴; término acuñado por el antropólogo Gregory Bateson (1972)⁵. Sin embargo, será Erving Goffman quien añadió matices sociológicos relacionados con la comunicación al entender, que un *frame* es un marco que designa el contexto de la realidad y un esquema que incorpora datos externos objetivos. El marco interpretativo utilizado para organizar la experiencia se denominará, en términos de Goffman (1974: 21), “marco de trabajo”, que “permite a su usuario localizar, percibir, identificar y etiquetar en sus términos un número aparentemente infinito de situaciones concretas”. Es decir, enmarcamos situaciones utilizando esquemas mentales. “El instrumento del proceso de enmarcado interpretativo, de tipificación, de categorización, es el marco interpretativo. Podemos caracterizar al marco interpretativo como un esquema lingüístico a partir del que se aplicarán, mediante el procedimiento del enmarcado, los diversos procesos de inclusión, exclusión y jerarquización lingüística que intervienen en la percepción selectiva de los objetos y de las situaciones y que dan por resultado la construcción de los llamados, en la tradición objetivista, atributos. Mediante la

⁴*Frame*, de acuerdo al Oxford Advance Learner’s Dictionary (2005) entre otras acepciones lo define como “borde o estructura sólida de madera, metal, etc. que sostiene un cuadro, puerta, vidrio, etc. en posición”

⁵Bateson explica que el “marco” *-frame-* delimita el lienzo y permite diferenciar el interior de, cuadro colgado en la pared. Con ello explica metafóricamente cómo el propio marco condiciona la interpretación del receptor de un mensaje cuando éste recibe uno

aplicación de la percepción selectiva proyectamos cualidades (deseos, necesidades, estados emocionales) en los objetos de nuestra percepción” (Knapp 1980: 345).

Prácticamente desde los orígenes de la sociología interpretativa “hasta las aplicaciones en la comunicación, los distintos autores aportan delimitaciones y usos muy diversos del término” (Sádaba, 2001: 169). El *frame analysis* comenzó a utilizarse inicialmente por la teoría de los movimientos sociales (Snow & Benfort, 1988, McAdam, et al. 1996; Tarrow, 1998). Hay algunos investigadores que diferencian claramente entre los *frames* promovidos por actores políticos o sociales y los desarrollados por los medios de comunicación. Es evidente que estos últimos, los mass media, actúan desde una posición desde la que pueden organizar la agenda pública. Sin embargo, estos se van a ver influidos por lo que Entman (2003) denomina el modelo de “activación en cascada”, es decir van a ser cuatro los actores que tienen capacidad de ofrecer marcos interpretativos de las distintas realidades: el Gobierno o Administración pública, las élites políticas, los Medios de Comunicación y los periodistas y, por último, el público. A estos cuatro actores definidos por Entman habría que incluir, en el último peldaño, las redes alternativas o redes sociales (RRSS), que en la actualidad se están erigiendo en parte fundamental de los mecanismos de construcción de la realidad social y política (Martínez, 2011).

El *framing* puede definirse como un proceso en el que se seleccionan algunos elementos de la realidad percibida para construir una narración que realce las conexiones entre ellos, propiciando así una interpretación particular sobre un asunto o problema. Los marcos interpretativos como acciones estratégicas generan cuatro consecuencias en el discurso: definición del problema, atribución de causalidad, juicio moral y recomendación de tratamiento, además de tener cuatro localizaciones (comunicador, texto, receptor y cultura) a lo largo del proceso comunicativo (Entman, 1993).

Los *frames*, pese a su pluralidad teórica y variedad metodológica, se muestran como herramientas adecuadas de trabajo para el análisis de las políticas en sus diferentes vertientes, en nuestro caso, de inclusión digital de las mujeres. Durante las dos últimas décadas se puede percibir un constante aumento de los estudios que recurren a los encuadres como una herramienta conceptual básica. La publicación en

marzo de 2007 de un volumen monográfico de *Journal of Communication* sobre agenda setting, framing y priming (Tewksbury y Scheufele, 2007) habla con claridad de la relevancia que han adoptado estas teorías de grado medio en la investigación en comunicación contemporánea (Mariño y López, 2009).

Inicialmente, los asuntos percibidos por la sociedad a través de grupos interesados en ellos, se conforman en temas problemáticos al ingresar en las agendas públicas de carácter político. A partir de su inscripción en ellas se inicia, una definición, unas hipótesis sobre sus orígenes, una delimitación de contornos y unas propuestas de soluciones en las políticas adoptadas.

Los marcos interpretativos de las políticas se configuran no como narraciones ilustrativas de la realidad, sino como procesos de construcción, de reconfiguración o representación que van dar sentido y significado a una realidad. Además de procurar estructurar la comprensión de aquella. En este sentido los *policy frames* son prismas que actúan como mecanismos de selección al modificar la naturaleza, la audiencia y el sentido de los fenómenos percibidos, con la finalidad de alcanzar la legitimidad de la acción pública (Muller & Surel, 1998).

El *frame analysis* se concibe como el estudio de los ‘marcos interpretativos’ de política tal y como se utilizan en la (re)construcción y negociación de la realidad por parte de los actores sociales y políticos en sus respectivos discursos. Como señala Verloo un marco interpretativo de política es “*un principio de organización que transforma la información fragmentaria o casual en un problema político estructurado y significativo, en el que se incluye, implícita o explícitamente, una solución*” (Verloo, 2007: 32; 2005: 20).

Desde el enfoque discursivo en políticas públicas de desigualdad de género (Bacchi, 1999; Lombardo, Meier y Verloo, 2009), las nociones que hacen referencia a la inclusión *versus* exclusión social pueden albergar múltiples significados. De acuerdo a Emanuela Lombardo, Petra Meier y Mieke Verloo (2013), las conceptualizaciones pueden ir de nociones reducidas (*shrunk*) —o definidas en términos legales—, a otras más amplias (*stretched*), que permiten la incorporación de significados novedosos.

La definición del problema político, en nuestro caso el de la inclusión digital de las mujeres, no supone una mera descripción de hechos objetivos, sino que tiende a ser como Carol Bacchi apunta una “representación estratégica” que da relevancia a unos u otros asuntos, de tal manera que cada solución pretendida incluye una “representación” particular de cuál es el problema y, consecuentemente la solución encontrada (Bacchi, 1999). A la vez, dichas “representaciones estratégicas” en torno a la inclusión digital de género pueden hacer evidentes ciertas dinámicas de poder discursivo de algunos actores políticos sobre otros, lo cual va a incidir en que algunas concepciones prevalezcan y otras sean ignoradas. En el marco de esta investigación, interesa explorar los procesos de atribución de significados en torno a la inclusión digital de género presente en las políticas públicas analizadas, por ser un concepto citado reiteradamente pero, que muchas veces, parece diluirse en términos sustantivos.

OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS

El objetivo de este trabajo es indagar en la concepción sobre la inclusión digital que tienen los planes estratégicos relacionados con SI en España y explorar el papel que juegan en la configuración y priorización de acciones políticas especialmente enfocadas a las mujeres. Se plantean como objetivos específicos:

1. Identificar los *sets* de términos más empleados en el discurso de los planes estratégicos nacionales y de cada comunidad autónoma considerada (Cataluña, Galicia, Andalucía, Extremadura) mostrando áreas prioritarias de atención y, especialmente, el lugar que ocupan las mujeres en estos planteamientos.
2. Delimitar las principales concepciones de la inclusión digital por comunidad autónoma, trazando mapas de acciones políticas características de cada región.

METODOLOGÍA

Esta investigación sigue una metodología mixta, cuantitativa basada en el análisis lingüístico de contenido y cualitativa desde un enfoque fenomenográfico para la interpretación de las concepciones de la inclusión digital. El creciente interés en el estudio de los marcos interpretativos ha supuesto un aumento de la literatura científica que aborda diferentes tipos de textos y producciones relacionadas con el estudio de las

políticas (Castañeda, Fuentes-Bautista y Baruch, 2015). En esta investigación utilizamos el análisis de los marcos de la política en materia de inclusión digital de acuerdo con el enfoque de Bustelo y Lombardo (2006), según el cual se trata de realizar dos tareas básicas: a) identificar la lógica interna de los marcos interpretativos y los procesos de exclusión de quienes no se muestran con voz en la interpretación que se da del problema (que en nuestro trabajo se relaciona con el avance de la sociedad de la información y el papel que juegan en ella las mujeres); y, b) las soluciones al mismo, es decir, las actuaciones estratégicas que se plantean en este sentido.

A) Selección de datos

Forman parte de la muestra de análisis un total de 9 Planes estratégicos, 4 Nacionales y 5 Autonómicos. La figura siguiente recoge los planes objeto de estudio.

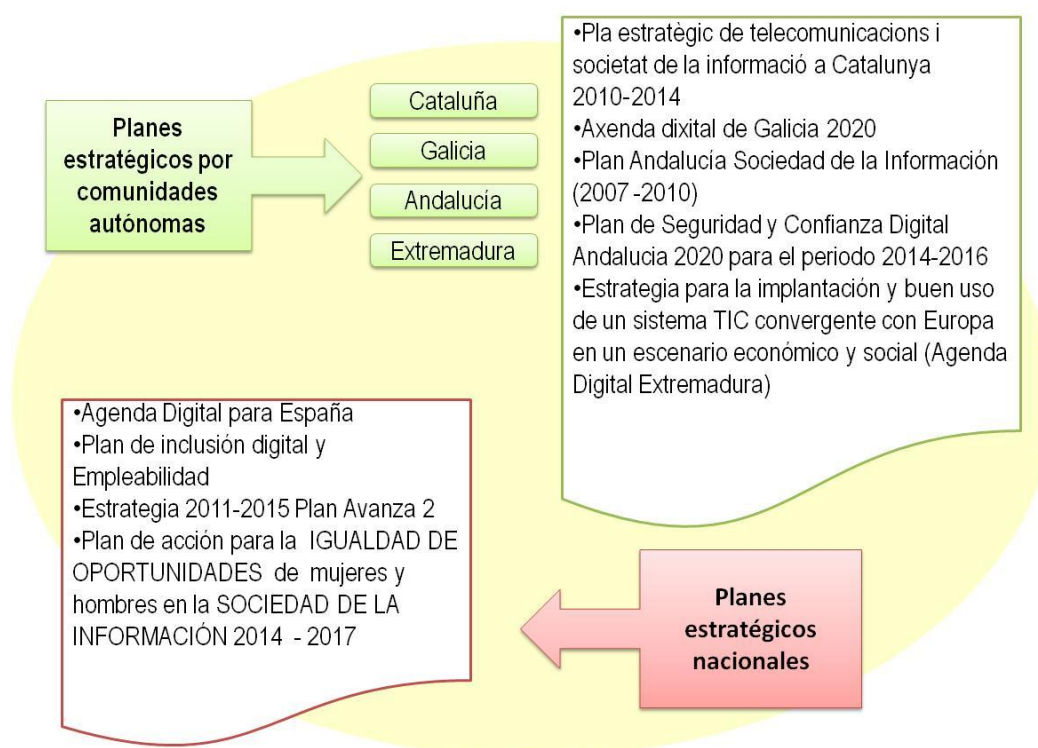


Figura 1. Muestra de planes estratégicos a nivel nacional y autonómico sobre la SI

Para la selección de los documentos se consulta, en primer lugar los planes normativos vigentes tanto nacionales como autonómicos (teniendo en cuenta cuatro comunidades autónomas Cataluña, Galicia, Andalucía y Extremadura). Estas directrices en relación a la implantación de la Sociedad de la Información están puestas a disposición pública y resultan de fácil acceso a través de las websites de las Consejerías

de cada comunidad autónoma estudiada con competencias para establecer directrices en materia de inclusión digital. Tras la consulta, se seleccionan los principales planes que derivan de la concreción a nivel autonómico de los principales planes a nivel nacional, concretamente, la Agenda Digital para España y del Plan Nacional de Inclusión Digital y Empleabilidad. Para esta selección se tiene en cuenta además el período de vigencia, incorporando al estudio planes políticos que han sido puestos en marcha desde el año 2007 hasta la actualidad. En algunos casos concretos como Andalucía, todavía se encuentra en proceso de elaboración el plan más actual, de ahí que se incorpore al estudio el plan vigente aunque su periodo es de 2007 a 2010. En el caso de Andalucía, se estudia un segundo plan relacionado específicamente con la seguridad y confianza digital que abarca el periodo 2014-2016. No se seleccionan para este trabajo ni las órdenes ni los decretos concretos que regulan procesos más específicos de implantación en cada comunidad autónoma del Plan de Inclusión Digital y Empleabilidad. La localización y selección de los datos se realiza en el mes de diciembre de 2015.

B) Procedimientos de análisis

Para el análisis de los marcos políticos desarrollamos dos procedimientos metodológicos de acuerdo con las aportaciones que plantean la necesidad de triangular métodos para garantizar la validez y la fiabilidad en el análisis de los marcos interpretativos (David, Atun, Fille y Monterola, 2011, Matthes y Kohring, 2008). De acuerdo con estos trabajos seguimos un procedimiento que consiste en aplicar primero un análisis de contenido automatizado y en segundo lugar, un análisis cualitativo holístico de los textos e imágenes incluidas en los planes:

1. Para el análisis de contenido automatizado de los diferentes planes estratégicos se emplea un procedimiento “Word cruncher” a través del programa Atlas-ti (v. 6.2). Asimismo, se emplea la herramienta “object crawler” para el rastreo de palabras específicas de interés para el estudio. Este enfoque se basa en la idea de que los marcos se construyen mediante el uso estratégico u omisión de algunas palabras (Entman, 1993). Según este procedimiento los textos se "mapean", utilizando la frecuencia de palabras para dibujar una estructura de palabras que sugiere marcos interpretativos de las políticas relacionadas con SI y la inclusión digital en España. Las interpretaciones por parte de las investigadoras se aplican

al conjunto de agrupamiento de palabras creando el marco. Para ello, nos servimos de la herramienta “object crawler”, al objeto de localizar la palabra en su contexto y así valorar el marco interpretativo en la que la incluimos. De estos grupos de palabras más frecuentes y combinadas surge el conjunto de los *policy frames* de la inclusión digital. La unidad de análisis que utilizamos es la palabra, se indica el número total de palabras consideradas en cada Plan para obtener una perspectiva global del análisis realizado. Se tiene en cuenta también el índice Type/Token Ratio (la diversidad léxica en función al tamaño muestral).

2. En segundo lugar, se lleva a cabo un análisis cualitativo de textos siguiendo un procedimiento de categorización inductivo para la elaboración de redes semánticas con ayuda de la herramienta “networks” del software informático Atlas ti versión 6.22. Estas redes permiten elaborar teoría fundamentada sobre las concepciones de la inclusión digital a partir del método de comparación constante y a través de un proceso iterativo de codificación *in vivo* de las acciones políticas planteadas, y que pueden tener una especial repercusión para las mujeres. Para este análisis se considera como unidad el conjunto del Plan.

Se llevan a cabo dos rondas de codificación a partir de dos observadoras. No obstante las categorías que se presentan en este trabajo tienen un grado de inferencia muy baja, ya que se trata de identificar acciones, soluciones, medidas, etc., puestas en marcha para favorecer la inclusión digital, especialmente de las mujeres y perspectivas de la inclusión digital. No obstante, se emplea la Kappa de Cohen para medir el acuerdo entre codificadoras. El análisis se realiza sobre una muestra del 20% de las unidades elegidas al azar, a fin de estimar la fiabilidad del proceso de codificación (intercoder reliability). El porcentaje medio de acuerdo obtenido fue del 85%, lo que señala una fiabilidad aceptable para el análisis realizado.

RESULTADOS

SETS DE TÉRMINOS CLAVES EN LOS *POLICY FRAMES* DE LAS POLÍTICAS ESPAÑOLAS DE LA SI

A continuación mostramos los resultados obtenidos fruto del análisis de contenido realizado a los diferentes Planes estratégicos de la SI y, específicamente, de la inclusión digital de las mujeres.

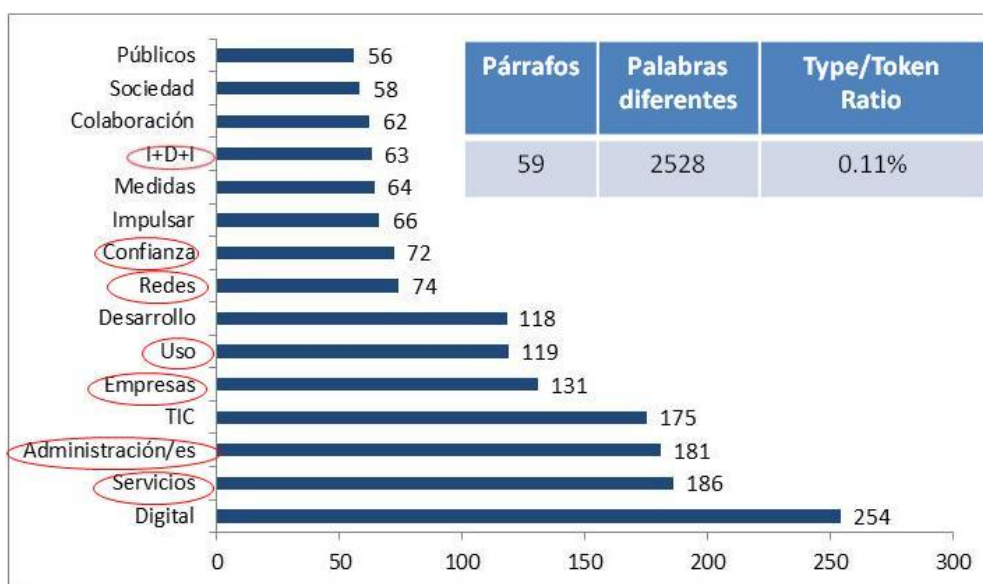


Figura 2. Set de términos clave del *policy frame* en la Agenda Digital para España

En este sentido, en la Agenda Digital para España, el marco principal de interpretación se sitúa alrededor de los servicios (186) públicos (56) de e-administración (181), por lo que las medidas se orientan a impulsar (66) la confianza digital (72) de la sociedad (58) y activar el desarrollo económico a través de la incorporación de las empresas (131) al mundo TIC (175). En este espacio se subraya como clave la preocupación de la política española por la I+D+i (63) en TIC (175). Palabras como mujer/es tienen una frecuencia de aparición solo de 4 veces, empleo de 32 y emprendimiento de 6. La Agenda Digital para España muestra como la concepción sobre la inclusión digital no se focaliza en las mujeres sino en la ciudadanía en general y pasa por el planteamiento de medidas (64) que se orientan *prioritariamente a que la población gane confianza en la administración y servicios digitales como estrategia de desarrollo social y económico.*

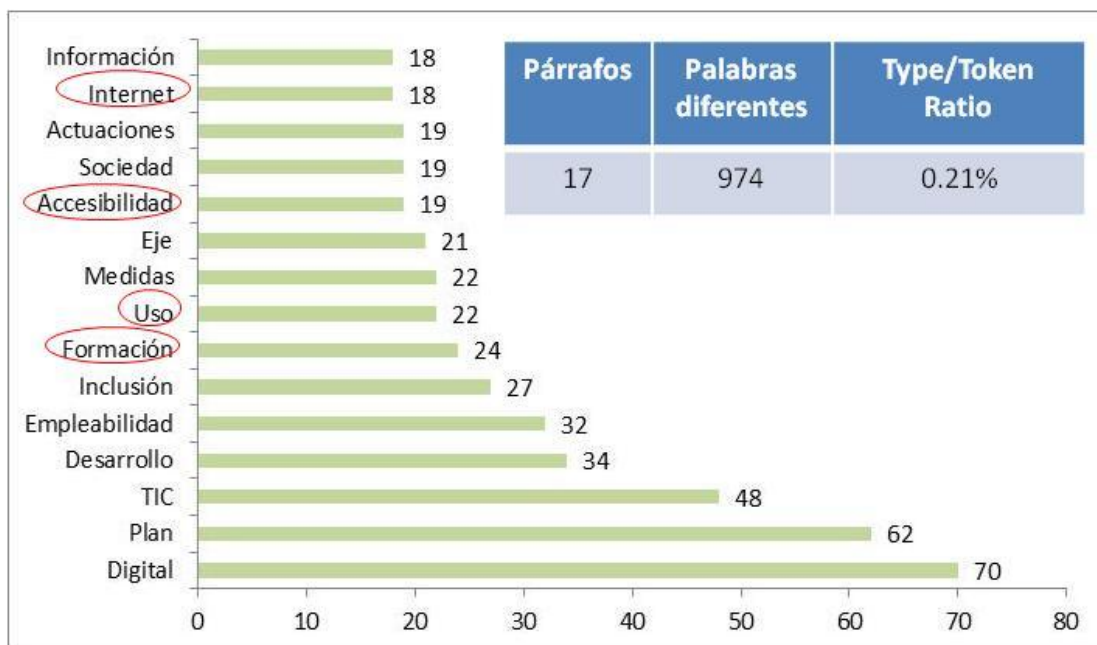


Figura 3. Set de términos clave del *policy frame* en el Plan de Inclusión Digital y Empleabilidad

Por su parte, y entendido como una concreción de la Agenda Digital para España, en el Plan Nacional de Inclusión Digital y Empleabilidad destacamos cuatro términos de entre los 15 más frecuentes que denotan la orientación de las principales acciones políticas en materia de inclusión. Se pone el acento en la formación (24) para el uso (22) de Internet (18) (dimensión relacionada con la superación de lo que se considera la segunda brecha digital) y la accesibilidad (19) (primera brecha digital). La proyección principal que tienen estas acciones (19) se sitúa fundamentalmente en el impulso del desarrollo (34) económico y de la sociedad (19) a través de la mejora de la empleabilidad. Explorando concretamente términos como *igualdad* o *mujeres* observamos que sus frecuencias son de 13 y 10, respectivamente. No obstante, aunque su aparición en el Plan no es muy frecuente, estos términos muestran una mayor frecuencia que la palabra confianza (4), por ejemplo. En este sentido, la palabra mujeres se encuentra en un contexto textual relacionado con la explicación de las brechas digitales de género, y por tanto, contribuye a la definición del problema:

“Resulta también conveniente analizar los datos relativos a la brecha digital de género. Según el Informe 2010 de Inclusión digital de mujeres y hombres, se identifican tres tipos de brecha digital de género. La primera de ellas viene determinada por las diferencias en el acceso a las TIC, es decir, aquellas que impiden que las mujeres se incorporen a la Sociedad de la Información (SI) en

igualdad de condiciones. La segunda de las brechas hace referencia al grado de incorporación de las mujeres a las TIC en intensidad y uso, y la tercera se circunscribe al uso de los servicios TIC más avanzados”.

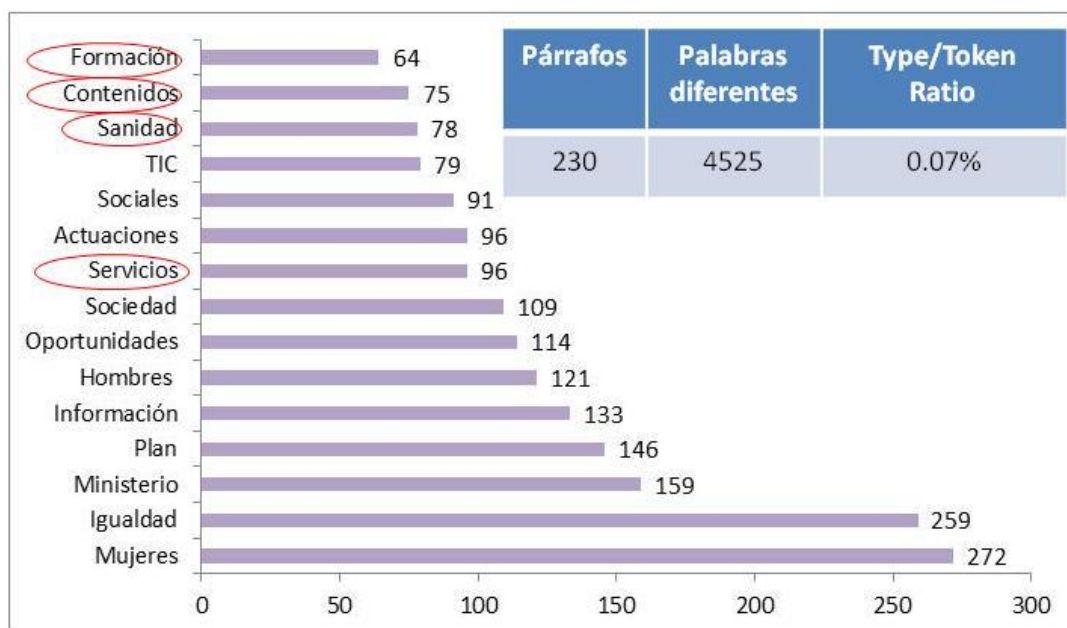


Figura 4. Set de términos clave del *policy frame* en el Plan de Acción para la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres de la Sociedad de la Información

En el Plan de acción para la Igualdad de Oportunidades de mujeres y hombres de la sociedad de la información, se subrayan actuaciones (96) concretas en relación al uso de servicios (96) públicos digitales, especialmente relacionados con la sanidad (78), el aumento de contenidos digitales (75) de interés para las mujeres y la formación (64). La proyección principal de estas actuaciones en materia de inclusión digital de las mujeres, se enfoca fundamentalmente a que las mujeres puedan hacer un uso efectivo de la e-administración y a activar su rol como consumidoras de contenidos digitales. Las actuaciones que quedan dibujadas a través de este marco interpretativo ahondan en la segunda brecha digital relacionada con el uso orientado al ejercicio de una ciudadanía digital activa. No obstante, ello denota un uso estereotipado de las TIC muy vinculado a áreas específicas propias del papel social de las mujeres, como la salud. Así, también, este marco interpretativo deja entrever acciones relacionadas con un papel pasivo de las mujeres en el mundo digital. Se explora la frecuencia de aparición del término de *empleabilidad* (6), *empleos* (11) o *empleo* (2) u otras relacionadas como *emprendedoras* (2), *empresarias* (9) o *emprendimiento* (15) cuyas frecuencias de aparición resultan más

anecdóticas con respecto a otras como formación (64) o servicios (96). En el contexto de este Plan la terminología más frecuente no está vinculada a la primera brecha digital (los términos como accesibilidad (6) o acceso (29) tienen una menor frecuencia de aparición e incluso términos como conectividad, no aparecen, solo aparece *conexión* (1)). Este plan es el que menor diversidad léxica tiene (Type/Token Ratio 0.07%). No obstante, la búsqueda de la palabra *servicios* en su contexto nos muestra otra perspectiva relacionada con el empoderamiento de las mujeres:

“El nuevo entorno digital promueve una sociedad activa y participativa. La inclusión digital de las mujeres significa, por tanto, no sólo que participen como usuarias de servicios sino que compartan contenidos y utilicen la red como instrumento para la creación de vínculos, la formación y el empoderamiento. Se precisan más medidas de sensibilización y difusión, así como de formación y capacitación” (p.25).

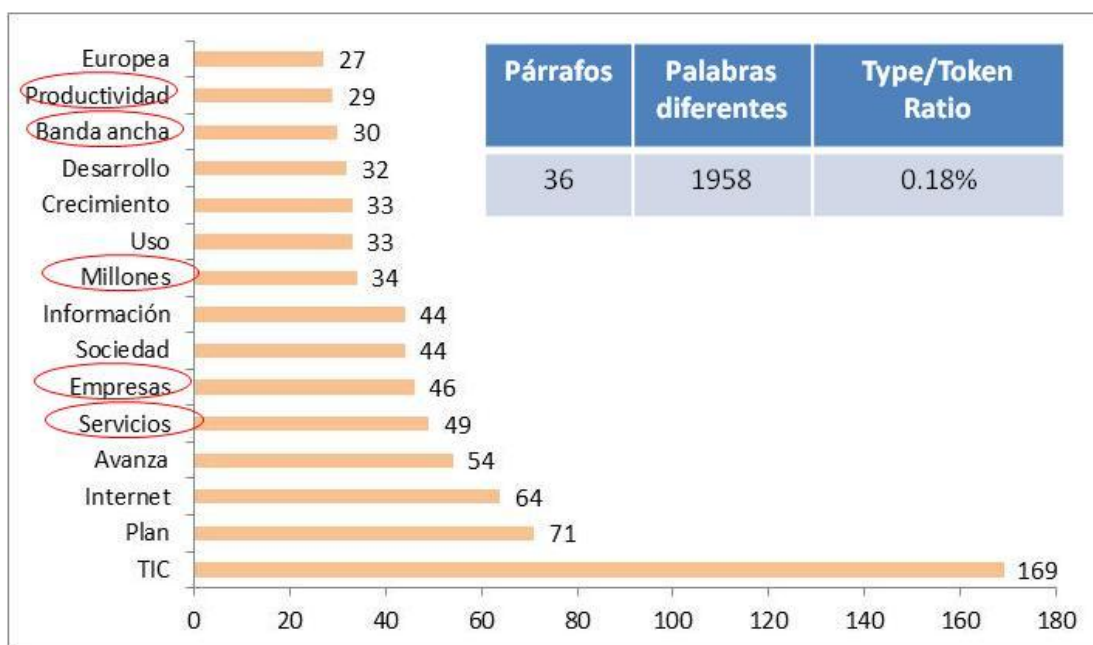


Figura 5. Set de términos clave del *policy frame* del Plan Avanza 2

Por último, hemos querido incluir por su repercusión en la mejora de la accesibilidad la Estrategia 2011-2015, Plan Avanza 2 entre las directrices políticas a analizar. En este sentido se observa que, el Plan Avanza resultó clave en su momento para activar la conectividad del país, de ahí que se destaquen especialmente en su contexto palabras como uso (33) y banda ancha (30). En el periodo en el que se ubica el

Plan, la política española tiene entre sus objetivos impulsar la SI como un bastión clave para la productividad (29) y el crecimiento (33) de la sociedad (44), invirtiendo millones (34) de euros en la mejora de la conectividad para un mejor acceso a los servicios (49) y productividad (29) de las empresas (46). Especialmente, la aparición de la palabra *Europea* (27) entre los términos más frecuentes muestra la necesidad de la política española de argumentar y justificar la inversión realizada en términos de productividad entre países, así se observa si estudiamos la palabra en su contexto a modo ilustrativo:

“En el caso de Japón casi triplica la cifra europea y EEUU la multiplica por más del doble. Los países del mundo que más invierten en TIC son también los de mayor crecimiento de la productividad (EEUU, Corea). En lo que respecta a España está muy por detrás tanto de los países líderes como de sus socios comunitarios” (p. 7-8).

Especialmente, este último Plan invita a utilizar fundamentalmente como referente interpretativo los fondos movilizados en tipos de acciones concretas relacionadas con el objetivo de situar a España en una posición de liderazgo en la SI. En este sentido, hemos querido profundizar en los datos que provienen de informes de seguimiento del Plan Avanza (en los años 2006 a 2012), pese a no contar con datos más actualizados que permitan situar nuestro análisis y establecer una comparativa entre CCAA. Así, se observa, a la luz de las inversiones realizadas por cada comunidad autónoma, la preponderancia de términos en el discurso político de sus Planes relacionados con cada uno de los ejes estratégicos considerados claves (infraestructuras, confianza y seguridad digital, e-administración, capacitación e Industria TIC). Esto a su vez permite poner en relación con estos *frames* tanto las concepciones de la inclusión digital como la realización de las acciones políticas orientadas a las mujeres.

Cuadro 1. Inversión 2006-2012 en cada eje estratégico del Plan Avanza

	<i>Infraestructuras</i>	<i>Confianza y seguridad</i>	<i>e-administración</i>	<i>Industria TIC</i>
España	11%	34%	11%	44%
Andalucía	15%	43%	17%	25%
Cataluña	7%	41%	8%	44%

Extremadura	34%	33%	19%	14%
Galicia	28%	38%	16%	18%

Fuente:Elaboración propia a partir de informes técnicos de seguimiento del Plan Avanza

Se observa en el cuadro 1 que España ha dedicado un alto porcentaje (44%) de los fondos económicos a la industria TIC, seguido de acciones y estrategias orientadas al desarrollo de la confianza y seguridad digitales (34%). En este sentido, podemos tener en cuenta este referente para valorar la distribución de la inversión en áreas claves de la sociedad de la información en algunas comunidades autónomas. Por ejemplo Andalucía ha dedicado en el período 2006-2012 un porcentaje aún mayor (43%) de la inversión económica a acciones para estimular la confianza y seguridad digitales. Así, ha generado una reglamentación propia y específica en este ámbito como es el Plan de Seguridad y Confianza digital 2020. Cataluña ha destinado a esta dimensión también un elevado porcentaje de inversión (41%). Extremadura destaca principalmente por su inversión en infraestructura (34%). Estos datos nos ayudan a contextualizar el análisis de contenido y a realizar una interpretación de los resultados a la luz de las estrategias y actuaciones políticas de la SI más priorizadas por cada comunidad autónoma. A continuación pasamos a su descripción.

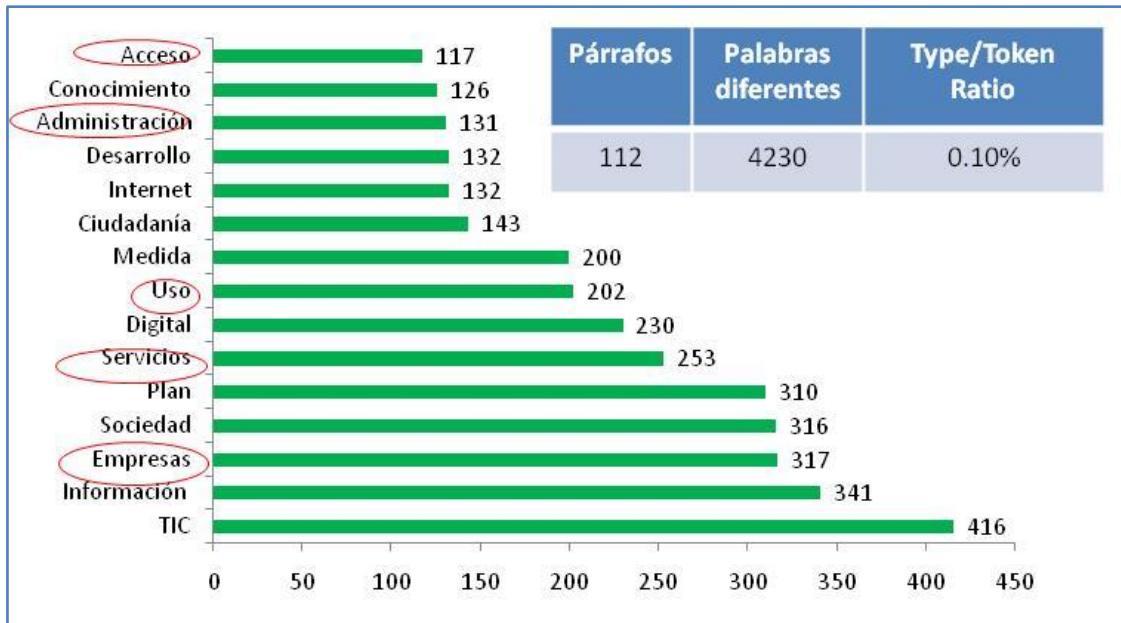


Figura 7. Set de términos clave del *policy frame* del Plan Andalucía para la Sociedad de la Información (2007-2010)

Concretamente en Andalucía, el Plan Andalucía para la Sociedad de la Información (2007-2010) vuelve a poner el acento en el acceso (117) y uso (202) de internet (132), especialmente de la ciudadanía en general y de las empresas (317), siendo clave el acceso (117) a los servicios (253) electrónicos y la e-administración (131) en sus planteamientos. En este texto la palabra mujer/es aparece con una frecuencia de 24, y se vincula de manera específica al marco interpretativo del problema de la inclusión, es decir formando parte de la justificación de la primera brecha digital. Lo cual se adecúa al periodo temporal en que se ubica el Plan:

“El 45,7 por ciento de los hombres son usuarios de Internet, mientras que las mujeres que usan la Red constituyen el 38,4 por ciento, o lo que es lo mismo, por cada 23 hombres hay 19 mujeres usuarias de Internet” (p.12).

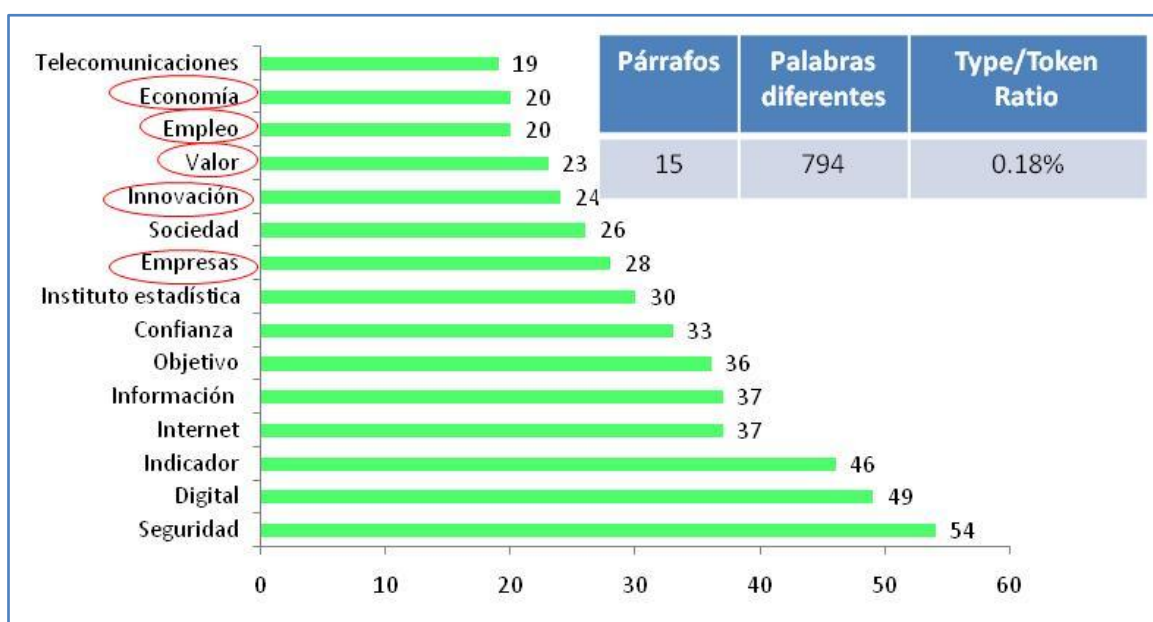


Figura 8. Set de términos clave del *policy frame* del Plan de Seguridad y Confianza digital de Andalucía para el periodo 2014-2016

Incluimos el análisis del Plan de Seguridad y Confianza digital de Andalucía para el periodo 2014-2016, principalmente porque este plan se realiza en respuesta a las principales directrices de la Agenda Digital para España que pone su acento como hemos visto, en la confianza digital y obedece a una movilización de fondos de especial envergadura para Andalucía. En este sentido, en esta estrategia política el objetivo lo constituyen, fundamentalmente, las empresas (28) por las repercusiones que tienen la confianza (33) y la seguridad digitales (54) aumentando su valor (23) para la innovación

(23), así como para el fomento del empleo (20) y la economía (20). Resulta llamativo que, en este Plan, no aparecen las palabras mujer o mujeres, solo aparece el término madres con una frecuencia de aparición de 1, y maestras con la misma frecuencia. Por tanto se usan estos términos asociados a la responsabilidad de las madres y maestras en relación a un uso seguro de las TIC por parte de los menores. Aunque en este contexto se habla de madres y padres, este factor principal de la inclusión digital, como es la confianza digital, se circunscribe a aspectos relacionados con su responsabilidad como madres. La diversidad léxica del plan es del 0.18%, más elevada de forma comparativa con otros planes cuyo número de palabras diferentes es mayor.

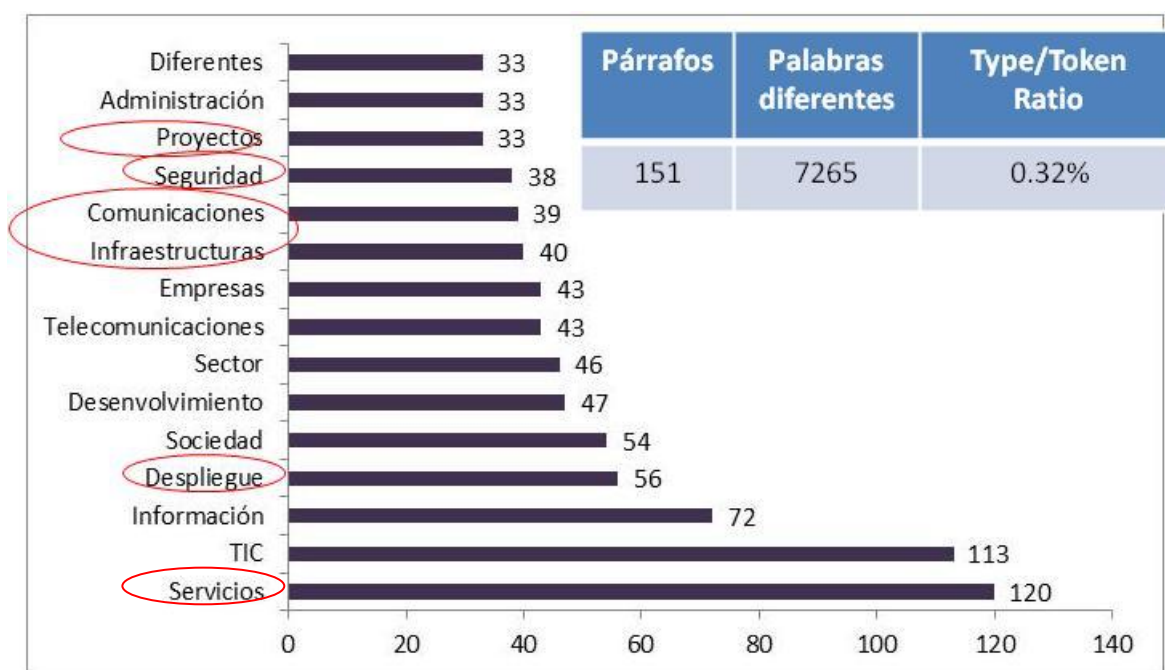


Figura 9. Set de términos clave del *policy frame* del Pla estratègic de telecomunicacions i societat de la informació a Catalunya 2010-2014

Por su parte, el Pla estratègic de telecomunicacions i societat de la informació a Catalunya 2010-2014, pone de manifiesto que los servicios (120) se sitúan como piedra angular de su estrategia política, cobrando relevancia especial la atención dada a las infraestructuras (40) y al sector de las telecomunicaciones (43 y 46). Una mención puntual merece la seguridad (38) como foco de interés en la política de Cataluña vinculada a las empresas (43) y las comunicaciones (39). La exploración de la palabra mujeres muestra que solo aparece la palabra “dones” con una frecuencia de 1 en el

contexto de las mujeres amas de casa, en el que se hace especial hincapié en las actuaciones que deben reforzarse en este ámbito:

“De les dades de l’ICED Bàsics s’observa una evolució molt positiva en alguns grups exclusió digital com, per exemple, els pensionistes i la tercera edat; encanvil’evolució és molt més lenta en la gent de 55 a 64 anys o les dones dedicades a la feina de la llar per la qual cosa s’hauran de reforçar les actuacions en aquest àmbit” (p.13).

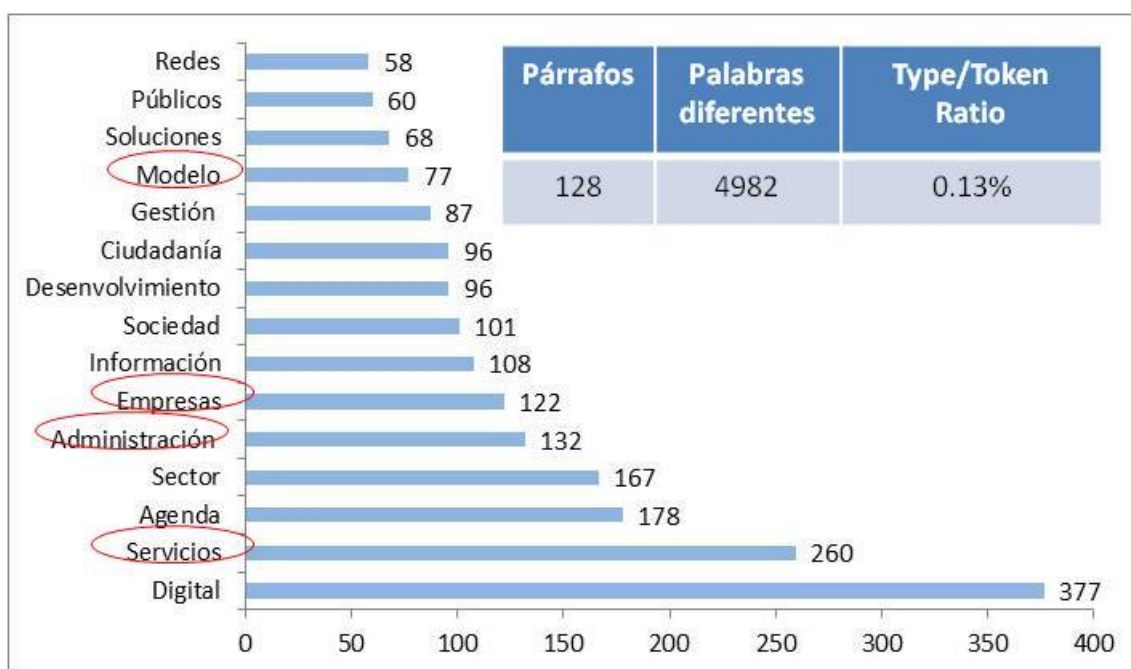


Figura 10. Set de términos clave del *policy frame* en la Agenda Digital para Galicia 2020

La Agenda digital para Galicia 2020, pone de manifiesto en la misma línea el interés por centrar fundamentalmente las estrategias políticas gallegas en el impulso de los servicios (260) digitales (377), situando el foco de atención fundamentalmente en la administración (132) y en las empresas (122). Destaca especialmente, al igual que en Cataluña, el empleo de la palabra desarrollo (96). Y se configura la palabra *modelo* con una frecuencia de 77 en un aspecto novedoso en la estrategia política gallega en relación con el resto de los Planes. En cuanto a la exploración de la palabra *mulleres* observamos que su frecuencia de aparición es de 2. En el mismo sentido, que otros Planes estratégicos, todavía se sigue situando en un contexto interpretativo

relacionado con la definición del problema de la primera brecha digital de género que se traduce en el acceso a las TIC. En el siguiente fragmento extraído de la Agenda digital gallega se pone de manifiesto esta asociación:

“Prestarase especial atención a aqueles colectivos tradicionalmente en risco de exclusión (persoas maiores, persoas con discapacidade, persoas desempregadas, familias, mulleres, etc.) cunha oferta de servizos específica para continuar reduciendo afenda dixital “de acceso ás TIC” dotando á cidadanía dos coñecementos dixitais básicos para aprender e abordar con confianza e normalidade o uso” (p.85)

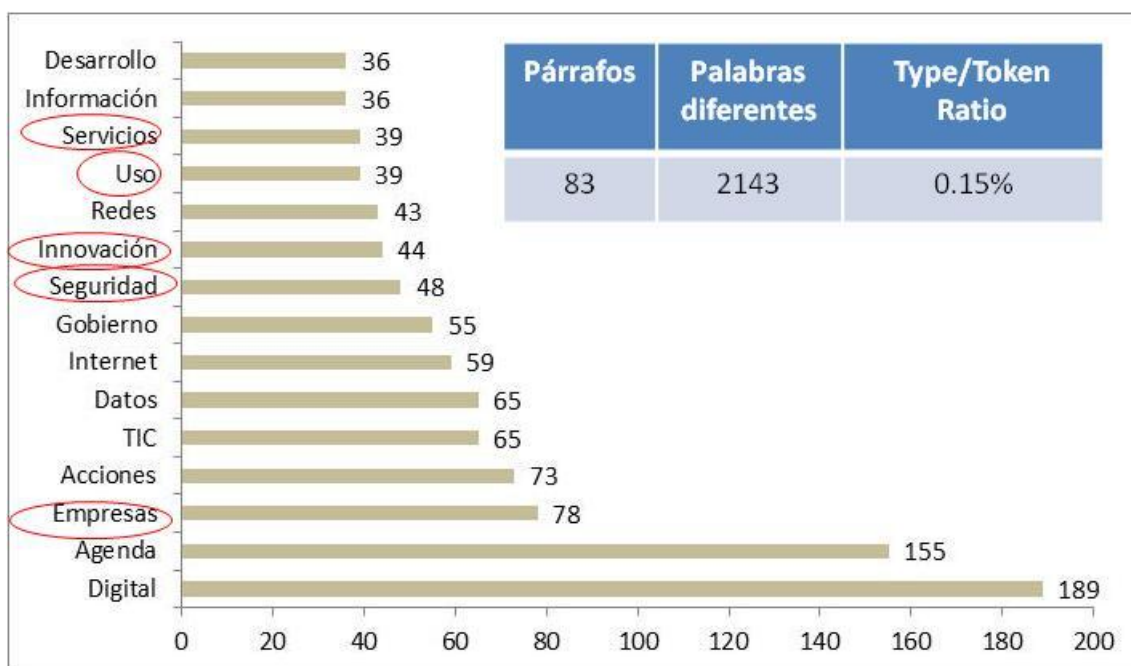


Figura 11. Set de términos clave del *policy frame* en la Agenda Digital para Extremadura

Por último, revisamos la Agenda Digital para Extremadura, donde podemos observar que los marcos interpretativos sitúan de nuevo la acción estratégica clave en los servicios (39) relacionados con el uso (39) de Internet (59). Especialmente, la seguridad (48), como en Cataluña o en Andalucía, resulta una pieza fundamental para las empresas (78) en el camino hacia el desarrollo (36). En este contexto, la palabra mujer o mujeres no aparece, lo cual resulta llamativo dadas las iniciativas para el fomento de la inclusión digital de las mujeres rurales extremeñas, por ejemplo. En este sentido, el discurso de la Agenda digital de Extremadura no las visibiliza.

LOS *POLICY FRAMES* DE LA INCLUSIÓN DIGITAL DE LAS MUJERES SEGÚN REGIONES

Galicia: La inclusión digital como “madurez en el uso de los medios electrónicos”

La Agenda Digital para Galicia 2020 centra su atención especialmente en los servicios relacionados con la e-administración como pilar básico para el avance de la SI y el desarrollo económico. Este aspecto ya se ha subrayado en el análisis de contenido previo. Concibe la inclusión digital como un grado de madurez digital que va más allá de la alfabetización digital de las personas para asumir como desafío, el camino hacia la autonomía digital de la sociedad. El siguiente fragmento muestra la concepción de la inclusión digital desde esta perspectiva amplia:

“Avanzar cara a unha sociedade cohesionada, solidaria dixitalmente, inclusiva, sen desigualdades dixitais, redefiniendo a actual estratexia de inclusión dixital cara a outramáis ampliada que permita non só a alfabetización dixital, senóntamén evolucionar no nivel de madurez dixital da sociedade” (p.85).

Las acciones que propone este Plan van encaminadas a que las personas y las administraciones avancen o “se deslicen” por una “escala de madurez digital”. Se centra, fundamentalmente, en actuaciones de tipo formativo para el desarrollo de la capacitación tecnológica de la población y en articular un modelo de colaboración entre administraciones a modo de “alianzas de administraciones”. En relación a las actuaciones formativas, la Agenda centra su atención en el sistema educativo formal y en la creación de una cultura digital que mejore el aprendizaje a través de nuevas fórmulas como los *living labs*, así como también emplaza al profesorado a que use las “mochilas digitales”, como idea de elaboración innovadora de los propios recursos digitales en el aula. Entre las acciones más señeras destacan, la continuación del proyecto ABALAR, el proyecto E-DIXGAL, sobre el uso del libro electrónico y la app ABALAR-MÓVIL para la participación de las familias en el seguimiento de las actividades educativas. No obstante, el planteamiento formativo de la Agenda para Galicia ahonda en el carácter interconectado de la capacitación, mostrando que esta formación es responsabilidad de la sociedad en su conjunto. Los otros ecosistemas

digitales pasan a formar parte de la capacitación activa de la ciudadanía. Además se explicita una apuesta clara por la formación permanente.

En este sentido, resulta clave articular un modelo de colaboración entre administraciones. Así, administraciones públicas, sector empresarial, profesionales y emprendedores/as-tanto del ámbito digital como no digital-, otras organizaciones y entidades sin ánimo de lucro, universidades y otros centros formativos han de colaborar en el refuerzo de una oferta adecuada para la capacitación y la propuesta de recursos. Se muestra como acción estratégica para la inclusión ofrecer “una cartera de servicios digitales atractivos”, personalizados y ajustados a necesidades. La acción más concreta en este sentido es la Red CEMIT, como “oferta integrada de activos y recursos comunes” puestos al servicio de la formación permanente.

La atención sobre las mujeres se diluye con el resto de colectivos que requieren una atención prioritaria por considerarse en riesgo de exclusión digital, (personas mayores, con discapacidad, desempleadas, mujeres...). La inclusión pasa necesariamente desde la perspectiva política por el desarrollo de habilidades digitales en el marco de la formación permanente con el objetivo último, de acuerdo con las directrices planteadas en el Plan nacional de Inclusión Digital y Empleabilidad, de mejorar su integración en el mercado laboral. En tal sentido, la acreditación de competencias tecnológicas básicas desde un punto de vista profesional se convierte en una de las estrategias para avanzar en esta línea. Un ejemplo lo constituye, la iniciativa de Certificación Galega de Competencias Dixitais en Ofimática (CODIX):

“Abordarase así, o desenvolvemento de accións formativas, orientadas a dotar aos beneficiarios do coñecemento e capacitación necesarios para deslizarse pola escala de madurez dixital e deseñaranse actuacións de cara a reforzar as capacidades dixitais profesionais básicas, a través de iniciativas clave como a Certificación Galega de Competencias Dixitais en Ofimática (CODIX)” (p. 85).

En el contexto del Plan cobra relevancia otra línea interpretativa política relacionada con las mujeres y las nuevas profesiones TIC. Se insta así, a la colaboración de las universidades y el sector TIC para la promoción de carreras tecnológicas haciéndolas más atractivas a las mujeres.

Andalucía: La inclusión digital como la “cultura de la confianza” y la “superación de brechas sociales”

Actualmente Andalucía tiene en marcha el Plan de Seguridad y Confianza Digital 2020 con importantes repercusiones para la inclusión digital al poner el acento especialmente en la lucha contra el fraude en Internet, la privacidad de los datos personales o la protección contra las ciberamenazas y la ciberdelincuencia. Como áreas de impacto relacionadas con las mujeres destacamos diferentes actuaciones como la impartición de las Jornadas “Educar para proteger” dirigidas a padres, madres y educadores sobre el uso responsable y seguro de las TIC por parte de los menores, y la impartición de las Jornadas sobre “Ciberacoso y violencia de género en las redes sociales”, pero muy centradas en la infancia y adolescencia. Aun así, pone el acento en:

“gestionar eficazmente la seguridad de las tecnologías digitales, potenciando la confianza de la ciudadanía en el uso de servicios avanzados y la relación a través de medios electrónicos, siendo éste un elemento tractor de la necesaria generalización de la Sociedad de la Información y del Conocimiento”(p. 3).

El Plan sobre la SI 2007-2010, sí señalaba específicamente las actuaciones relacionadas con la inclusión de las mujeres, especialmente orientadas a la formación como:

“aumentar la capilaridad de actuación de medidas de formación y divulgación dirigidas a la ciudadanía, para su inclusión en la Sociedad de la Información”
(p. 38)

En este sentido, en Andalucía ha resultado clave durante el período señalado la extensión de la actual red de CAPIs (Guadalinfo en zonas rurales y en barriadas de mayor índice de exclusión social). Su objetivo siempre estuvo puesto en la vida cotidiana del conjunto de la ciudadanía, donde las TIC formaran parte de ella y que pudieran beneficiarse por igual de su uso, así como sentirse partícipes de la Sociedad de la Información y el Conocimiento. La centralidad del concepto de inclusión digital está fuertemente vinculada a la inclusión social de determinados colectivos, entre los que destacaban las mujeres “amas de casa”:

“El avance de las nuevas tecnologías es rápido y continuado y conlleva una amplia serie de oportunidades para sus usuarios que, de no ser extendidos y puestos a disposición de todos los ciudadanos, acentuaría la brecha social, dejando en clara desventaja a amplios sectores de la población” (p.39).

La inclusión digital se perfilaba en el Plan como vía de superación de la primera brecha digital, muy centrada en el acceso. Así se pusieron en marcha medidas de formación enfocadas a la identificación y promoción de usos específicamente beneficiosos y atractivos para las mujeres. También se hacía alusión al fomento de la generación de contenidos, portales y servicios creados por y para mujeres. Así se hace alusión al Programa específico de formación dirigido a las mujeres, siendo prioritaria la formación de mujeres pertenecientes a colectivos de mayor riesgo de exclusión social y digital (sin estudios, desempleadas, inmigrantes...).

“Las actuaciones del programa no se limitarán a formar en el uso de las nuevas tecnologías, sino que buscarán mostrar y dar una aplicación práctica a estos conocimientos en el entorno y la vida cotidiana de estas mujeres, con el fin de contribuir a su integración a nivel social y laboral, y a la mejora de su calidad de vida. La formación se impartirá principalmente a través de los programas del Instituto Andaluz de la Mujer y mediante sus canales habituales de colaboración” (p. 40).

Extremadura: La inclusión digital como “acceso a los avances de la SI y el desarrollo de nuevos perfiles profesionales”

La agenda Digital para Extremadura plantea en su objetivo número cinco el concepto de inclusión digital, vinculado al acceso a avances relacionados con la sociedad de la información y con el desarrollo de nuevos perfiles profesionales asociados a nuevos retos laborales. En este contexto se perfilan dos bloques diferenciados de acciones, por un lado a) relacionados con la ciudadanía digital y por otro, b) vinculados al *cloud computing*.

En el primer grupo, se identifican acciones orientadas a proporcionar una formación que genere nuevos perfiles profesionales para los nuevos nichos de mercado, una formación de alto nivel para la atracción y retención de talento o, el desarrollo de la iniciativa europea sobre nuevas competencias profesionales para nuevos empleos: *New Skills for new Jobs*, combatiendo las barreras de utilización ciudadana de las TICs. Así, se promueven estrategias como el impulso de nuevas titulaciones basándose en el paradigma pedagógico del “learning to doing” o introduciendo temáticas demandadas por las empresas en las titulaciones existentes. El Plan no deja atrás a los empleados públicos al considerar que son objeto de medidas relacionadas con la especialización profesional. Así se observa la proyección del concepto de inclusión digital en las acciones concretas:

“Los Espacios para la Formación y el empleo dispondrán de una oferta de formación diversificada y de calidad para preparar a ciudadanos, desempleados y empresas a la hora de afrontar los retos del actual mercado laboral” (p. 67).

El segundo grupo de acciones, se orienta a la sensibilización sobre la computación en la nube. En este sentido, Extremadura está liderando a nivel nacional la utilización de la nube como la alternativa más económica para ahorrar costes y gestionar la información (en el marco del proyecto Cloud-Gobex). Esto conlleva un uso avanzado de las tecnologías digitales, especialmente si se trata de sacar el máximo provecho y beneficio desde el punto de vista estratégico. Estas acciones de inclusión digital están orientadas fundamentalmente a empresas y emprendedores:

“Nueva forma de consumir tecnología que supone un aumento notable en niveles de eficiencia en empresas y en el resto de entidades. Por ello, es un objetivo de la Agenda Digital favorecer el uso de soluciones basadas en la nube, especialmente para empresas y emprendedores” (p.56).

La inclusión digital como la plantea Extremadura está muy vinculada a las empresas y a la innovación. No obstante se aprecia en otras líneas estratégicas el interés por acercar las TICs a la ciudadanía a través de una acción de *“Incentivos para el uso de las TIC por la ciudadanía en su relación con la Administración”*. Así, el Plan recoge la puesta en marcha de *“campanas de difusión y sensibilización sobre e-administración y*

gobierno abierto que estimulen la participación y el uso de la tecnología en aras a una mayor eficiencia en la gestión pública” (p. 41-42).

Llama especialmente la atención, la apuesta por la creación de contenidos digitales. En este sentido, consideramos que desde los estudios y la literatura científica relacionada con la inclusión digital de las mujeres resulta clave observar el tipo de acciones encaminadas fundamentalmente a salvar las nuevas brechas digitales (Hargittai y Walejko, 2008, Jiménez-Cortés, Rebollo-Catalán y García-Pérez, en prensa) como son la creación de contenidos por parte de las mujeres, para promover el paso de las mujeres de consumidoras a prosumidoras, es decir, no solo fomentar la participación de las mujeres en las TIC como consumidoras de contenidos digitales de interés sino como creadoras activas. Así, la Agenda para Extremadura promueve el fomento de la creación de contenidos digitales por parte de asociaciones culturales, empresas y ciudadanos. Además del impulso a la generación y difusión de contenidos relacionados con el patrimonio regional.

Cataluña: La inclusión digital como mejora de la calidad de vida y autonomía de la ciudadanía

Cataluña se plantea la necesidad de aumentar el uso de las TIC por parte de la ciudadanía entendiendo la inclusión digital como un proceso de mejora de la calidad de vida. En este sentido, sus estrategias políticas se han centrado en estrategias de proximidad con el desarrollo de los Puntos TIC (www.punttic.cat) que constituyen una red integrada por diferentes centros, espacios y puntos que tienen en común la puesta a disposición de la ciudadanía que los rodea de un equipamiento y del personal necesario para acceder a las tecnologías de la información y dinamizar su entorno. Son centros de referencia territorial y espacios integradores que potencian la dinamización comunitaria y/o empresarial del territorio. También dentro de sus principales líneas estratégicas se encuentra la acreditación de competencias TIC y la difusión de las TIC.

Destaca en este sentido, el Programa de certificació de competències en tecnologies de la informació i la comunicació (ACTIC), cuyo objetivo es no solo

acreditar las competencias TIC sino establecer un instrumento y un estándar en el mercado de trabajo, contribuyendo a fomentar una formación de calidad.

Resulta importante la justificación que se recoge en el propio Plan acerca del marco interpretativo de la inclusión digital como mejora de la calidad de vida y es que la Generalitat reconoce en el preámbulo del Estatuto de Autonomía para Cataluña de 2006, la importancia del Estado de Bienestar en una SI, caracterizada por la presencia de las tecnologías en todas las actividades de la ciudadanía, la empresa y la administración. Por ello, son objetivos clave en su estrategia política la mejora de la calidad de vida y de la salud de la ciudadanía mediante las TIC y la potenciación de la eficiencia de la administración.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES

La Agenda Digital para España se ha convertido en una iniciativa emblemática para el programa marco de la Estrategia Europa 2020 como directriz para posicionar a España entre las economías europeas más desarrolladas. En este sentido, resultan claves para conseguir un continente conectado para la próxima generación, cuestiones como la participación ciudadana y el espíritu empresarial digitales, donde “la inclusión digital es un nuevo derecho humano procedente del nuevo entorno tecnológico que ha creado la red” (López y Samek, 2009:6).

Según van Deursen, y van Dijk, (2016) la inclusión digital pasa en la actualidad por sacar el máximo provecho de la vida en red. En este sentido, la inclusión digital de las mujeres se observa como un camino, como un proceso evolutivo en el planteamiento político: se inicia con el acceso a las TIC (aspecto muy dependiente de las posibilidades económicas y recursos, así como de los entornos territoriales), pasa por la conectividad y la autonomía en el uso de las TIC (capacitación en habilidades básicas y/o avanzadas), hasta las nuevas formas de inclusión y autoinclusión de las mujeres (Vergés, 2012) relacionadas con la creación de contenidos digitales, reciclaje en nuevas profesiones digitales, actividad emprendedora en el ámbito digital o, incluso, el desarrollo de procesos de autoformación y aprendizaje con tecnologías digitales (Jiménez-Cortés, Rebollo-Catalán y García-Pérez, 2016). De esta manera, la capacidad de intercambio - cada vez más estratégica para hacer frente a la desigualdad como barrera para sacar el

máximo beneficio de la sociedad en red- constituye un ejemplo de los procesos actuales de inclusión digital de las mujeres. Pero ¿qué ofrece la política en este sentido? ¿Cuáles son sus estrategias? ¿Cómo conciben la inclusión digital? ¿Qué acciones concretas plantea?

Cualquier tipo de discurso, independiente de la naturaleza que lo identifique, contiene en mayor o menor medida elementos soterrados e implícitos tanto en sus expresiones más simples como en las más complejas. El *frame analysis* cobra especial relevancia en los documentos de las políticas de inclusión digital de género, construidos (consciente o inconscientemente) como entidades retóricas que actúan como filtros y legitimadores de esta problemática pública. En efecto, el discurso como entidad retórica de la inclusión digital de las mujeres se erige en “fachada”, en “imagen”, de tal manera que ésta puede estar sometida a un ejercicio de desvelamiento. Así en la conformación y construcción de los diferentes Planes y estrategias nacionales y autonómicas se filtran percepciones configuradas por una amalgama diferencial de creencias, valores y valoraciones del rol que juegan las mujeres en estos planteamientos. De esta manera el análisis de los marcos interpretativos es capaz de captar sus matices, revelando las incoherencias latentes e incluso los prejuicios de género que pueden afectar a su inclusión digital real y efectiva.

En conclusión, los resultados del análisis realizado han puesto de manifiesto:

- Diferentes *policy frames* de la inclusión digital donde las mujeres no siempre están lo suficientemente visibilizadas.
- El mapa terminológico del Plan Nacional de Inclusión Digital y Empleabilidad muestra que la alfabetización digital se muestra como un pilar importante donde sostener las acciones políticas para la mejora de la inclusión digital.
- En los planes nacionales el discurso político está muy focalizado en los servicios, las empresas y la e-administración, aunque existen diferentes planteamientos en este sentido.
- Resultan llamativas las diferentes concepciones sobre la inclusión digital que se manejan en los diferentes planes digitales de las comunidades autónomas consideradas.
- Se triangulan los métodos cualitativos y de análisis de contenido en los hallazgos sobre los enfoques prioritarios en la política en materia de inclusión digital.

-Se observan fallas en algunas políticas como la de Andalucía en cuanto a una agenda digital más actualizada que marque el horizonte de nuevas actuaciones en la materia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bateson, G. (1972). *Steps to and Ecology of Mind: Collected Essays in Antropology, Psychiatry, Evolution and Epistemology*. New York: Ballantine Books.

Bacchi, C. (1999.) *Women, Policy and Politics: The Construction of Policy Problems*. London: Sage.

Bustelo, M. y Lombardo, E. (2007). *Políticas de Igualdad en España y Europa*. Madrid: Cátedra.

Bustelo, M. y Lombardo,E. (2006). Los ‘marcos interpretativos’ de las políticas de igualdad en Europa: conciliación, violencia y desigualdad de género en la política.*Revista Española de Ciencia Política*14, 117 -140.

Campbell,D. (2001) Can the digital divide be contained? The Digital Divide: Employment and Development Implications. *International Labour Review* 140 (2): 119-141.

Castañeda, M., Fuentes-Bautista, M., & Baruch, F. (2015). Racial and Ethnic Inclusion in the Digital Era: Shifting Discourses in Communications Public Policy. *Journal of Social Issues*, 71(1), 139–154. <http://doi.org/10.1111/josi.12101>

Castaño, C. (dir.) (2008): *La Segunda Brecha Digital*. Cátedra: Madrid

Castaño, C., Martín, J. y Martínez,J. L.(2011). La brecha digital de género en España y Europa: medición con indicadores compuestos, *REIS* 136,127-140

David, C.C. Atun J.M., Fille E., & Monterola Ch. (2011). Finding Frames: Comparing Two Methods of Frame Analysis, *Communication Methods and Measures*, 5:4, 329-351, DOI: 10.1080/19312458.2011.624873

Di Maggio, P.; Hargittai, E. (2001) From the “Digital Divide” to “Digital Inequality”: Studying Internet Use as Penetration Increases, *Working Paper Series*, 15, Princeton: Center for Arts and Cultural Policy Studies.

DiMaggio, P.; Hargittai, E., Celeste, C. & Shafer, S. (2004), Digital Inequality: From Unequal Access to Differentiated Use, en K. Neckerman, (ed.), *Social Inequality*, New York: Russell Sage Foundation.

Entman, R. (2003). Cascading Activation: Contesting the White House’s Frame After 9/11. *Political Communication*, 20, 415-432.

Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43, 51-58.

Goffman, E. (1974). *Frame Analysis. An Essay on the Organisation of Experience*. Boston: Northeastern University Press.

Hargittai, E., & Walejko, G. (2008). The participation divide: Content creation and sharing in the digital age1. *Information, Communication & Society*, 11(August 2012), 239–256. <http://doi.org/10.1080/13691180801946150>

Helsper, E.(2010). Gendered internet use across generations and life stages.*CommunicationResearch*, 37 (3), 352-374.

Jiménez-Cortés, Rebollo-Catalán y García-Pérez, R. (en prensa). *Aprendizaje con tecnologías digitales para la e-inclusión*. Madrid. Síntesis.

Knapp, M. L. (1980): *la comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Paidós: Barcelona.

Livingstone, S., & Helsper, E. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media and Society* 9(4), 671–696.

Lombardo, E. Meier, P. & VerlooM. (2013). 'Policymaking' in *Oxford Handbook of Gender and Politics*, Georgina Waylen, Karen Celis, Johanna Kantola and Laurel Weldon eds. Oxford: Oxford University Press, 679-702.

López, P. y Samek, T. (2009). Inclusión Digital: Un Nuevo Derecho Humano, *Educación y Biblioteca*, 172, 114-118.

Martínez, M. (2011). Redes alternativas de comunicación, framing y la construcción del poder político (pp. 228). Universidad Complutense de Madrid.

Mariño, M.V. y López-Rabadán P. (2009). Resultados actuales de la investigación sobre *framing*: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España, *Zer*, 14 (26), 13-34.

McAdam, D, D. McCarthy, J.D. and Zald, M. N. (1996). *Comparative Perspectives on Social Movements: Political Opportunities, Mobilizing Structures, and Cultural Framings*, Cambridge University Press.

Matthes, J., & Kohring, M. (2008). The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity. *Journal of Communication*, 58, 258–279.

Muller, P. et Yves Surel (1998): *L'analyse des politiques publiques*. Paris: Colletion Clefs.

Norris, P. (2001). *Digital divide. Civil engagement, information poverty and the Internet world wide*. Cambridge, Massachussets: Cambridge University Press.

Richardson, D.; Ramirez, R. & Haq, M. (2000). Grameen telecom's Village Phone Program in Rural Bangladesh: A Multimedia Case Study (Final Report; March 17 2000): CIDA

Sádaba, T. (2001): Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (*framing*) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, nº 14, pp. 143-175.

Snow, D. A & Benfort, R.D. (1988). Ideology, Frame Resonance and Participation Mobilization, en B. Klandermas, H. Kriesi and S.Tarrow (eds). *From structure to Action*. Greewich, CT:JAI Press, 197-218

Tarrow, S. (1998). *Power in Movement: Social Movements and Contentious Politics*, Cambridge University Press

Tewksbury, D. & Scheufele, D. A. (Eds) (2007). Special Issue on Framing, Agenda Setting & Priming: Agendas for Theory and Research, *Journal of Communication*, 57 (1), 9-173.

Van Deursen, a. J. a. M., & van Dijk, J. a. G. M. (2016). Modeling Traditional Literacy, Internet Skills and Internet Usage: An Empirical Study. *Interacting with Computers*, 28(September), 13–26. <http://doi.org/10.1093/iwc/iwu027>

Van Dijk, J. (2006). Digital divide research, achievements and shortcomings. *Poetics*, 34(4–5), 221–235.

Van Winden, W. (2001). The End of Social Exclusion? On Information Technology Policy as a Key to Social Inclusion in Large European Cities, *Regional Studies*, 35 (9): 861-877

Verloo, M. (2005). Mainstreaming Gender Equality in Europe. A Frame Analysis Approach, *The Greek Review of Social Research* (Special issue: Differences in the Framing of Gender Inequality as a Policy Problem Across Europe), 117 (B1), 11-34.

Verloo, Mieke, (Ed). (2007). *Multiple meanings of gender equality. A critical frame analysis of gender policies in Europe*, Budapest: Central European University Press.

Vergés, N. (2012). Historia editorial de la exclusión a la autoinclusión de las mujeres en las TIC. *Athenea Digital*, 12(3), 129–150. Retrieved from <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/Verges>

Whorf, B.L. (1956) [1970] *Lenguaje, Pensamiento y Realidad*. Barcelona: Barral.

World Bank (1998). *World Development Report 1998/99: Knowledge for development*.
The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank. Oxford
University.